Teorie sociologiche e trasformazioni sociali

Collana diretta da Donatella Pacelli

La collana *Teorie sociologiche* e trasformazioni sociali è impegnata nell'individuazione di temi di interesse che favoriscano una riflessione critica sui problemi emergenti dalle trasformazioni sociali in atto e dalle variazioni culturali che li accompagnano.

Molti di questi problemi si collocano in processi di lungo corso e sono stati ben intuiti dai classici. Le caratteristiche che hanno assunto nel mondo contemporaneo impongono tuttavia un ragionamento sui concetti e i canoni interpretativi utilizzati nella teoria e nell'investigazione sociologica. Questo ragionamento interpella la capacità degli studi sociologici di allargare lo sguardo, di avvicinare le criticità senza perdere di vista la loro storicità, di dialogare con altre discipline, di riequilibrare il rapporto fra teoria e ricerca sociale, di promuovere analisi di contesto, individuando anche le condizioni per una società migliore.

L'intento della collana è quello di affrontare i problemi sociali e le difficoltà vissute dalle donne e dagli uomini della contemporaneità in uno scenario culturale che lascia irrisolto il rapporto fra le luci e le ombre della modernità. A fronte di una società globale, che per un verso presenta caratteri unitari e per l'altro mantiene e rinnova le tensioni fra differenze, è importante riflettere sulle linee interpretative da assumere per non decontestualizzare i problemi e mantenere salvo il rapporto tra biografia e storia, ascritto alle trasformazioni sociali.

La collana accoglie lavori di studiosi italiani e stranieri su autori, temi e problemi di oggi e di ieri che offrono un contributo all'analisi dei processi che stanno riconfigurando il mondo in cui viviamo. L'intento è anche quello di riflettere sulla disciplina per individuare gli approcci teorici che permettono di cogliere il senso del cambiamento e le tematiche che meglio si prestano a valorizzare la sua funzione di analisi critica.

I volumi pubblicati sono sottoposti alla valutazione anonima di almeno due referees esperti.

Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (http://bit.ly/francoangeli-oa).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più:
http://www.francoangeli.it/come_pubblicare/pubblicare_19.asp

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati
possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page
al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Francesca Belotti, Arianna Bussoletti

FridaysForFuture

Rappresentazioni sociali del cambiamento climatico e pratiche d'uso dei social media

Indice

Ringraziamenti

Vorremmo ringraziare anzitutto tuttə ə attivistə di FridaysForFuture-Roma per averci accolte sin da subito con curiosità, per averci aiutato nelle fasi operative del lavoro di campo e per averci insegnato tanto sulla crisi climatica che stiamo vivendo. Grazie anche per la perseveranza che iniettate nella vostra lotta, per la capacità che avete di tradurre ogni stimolo in azione concreta e per la gentilezza con cui ricevete ogni persona che si avvicina per la prima volta ai temi che militate. Le vostre pratiche politiche, digitalmente mediate e non, possono essere d'esempio per tanti movimenti e, soprattutto, ci obbligano, finalmente, a ridiscutere i "termini di servizio" della produzione di conoscenza e della condivisione del sapere. Siamo altresì molto grate a Stellamarina Donato per aver preso parte al nostro gruppo di ricerca e aver contribuito con spunti preziosi all'auto-formazione, all'elaborazione e all'analisi dei dati. Il tuo supporto è stato indispensabile, Stella, e ha reso il lavoro decisamente più piacevole. Grazie anche a Mauro Sarrica, per i bei momenti di confronto e riflessione che ci hanno consentito di navigare più agilmente nella letteratura sulle rappresentazioni sociali, equipaggiandoci a dovere. E infine, grazie a Francesca Comunello per la supervisione costante e gli stimoli sempre lungimiranti. A te, come a Simone Mulargia, va inoltre un ringraziamento speciale, per averci fatte conoscere e aver abilitato questo spazio di collaborazione così sano e stimolante.

Introduzione

1. FridaysForFuture: caratterizzazione del movimento[1]

Negli ultimi anni, il problema del cambiamento climatico ha guadagnato una rinnovata visibilità nell'agenda politica e mediatica globale, anche grazie a FridaysForFuture, il movimento nato nell'estate 2018, quando l'adolescente Greta Thunberg ha cominciato a protestare ogni venerdì davanti al Parlamento svedese, postando su Instagram foto di se stessa con un cartello che convocava uno sciopero scolastico per il clima e invitando ə studentə di tutto il mondo a fare altrettanto. In breve tempo migliaia di giovani in diversi paesi hanno aderito all'iniziativa, inaugurando così una nuova ondata di proteste in nome della giustizia climatica, combinando scioperi scolastici settimanali (ogni venerdì) e scioperi globali (due volte l'anno), entrambi dispiegati nelle piazze pubbliche e sui social media. Per questo motivo consideriamo FridaysForFuture come un movimento sociale nei termini proposti da Touraine (1975, 2005), ovvero come un attore conflittuale che, attraverso l'azione collettiva organizzata, contende le posizioni attuali di leadership e

[1] Per questo libro abbiamo deciso di utilizzare il carattere schwa (ə) come desinenza neutra, in sostituzione del maschile sovraesteso, seguendo così la proposta di Gheno (2019), già applicata nella saggistica di alcune case editrici (come Effequ e Tamu, di cui mutuiamo le norme redazionali e che ringraziamo per averle condivise con noi) e in alcune traduzioni (dall'inglese in sostituzione del *singular they*, e dal portoghese e spagnolo in sostituzione della desinenza neutra *-es*). Rispetto ai simboli già in uso (quali l'asterisco, la chiocciola o la x) che possono essere scritti ma non pronunciati, lo schwa ha il vantaggio di non essere estraneo all'apparato fonetico dell'italiano (vedasi le parole tronche o le desinenze aspirate di molti dialetti italiani). In questo, quindi, facilita le possibilità normalizzare l'uso di un linguaggio non sessista e superare il binarismo di genere. Questa nostra scelta, coerente con le nostre biografie e con la postura epistemica che regge il nostro lavoro di ricerca, muove dalla convinzione che sia importante porre l'accento, seppur in via sperimentale e provvisoria, sulla possibilità di utilizzare forme di espressione inclusive e diverse da quelle ormai consolidate, supportando così la riflessione pubblica intorno alle pratiche linguistiche che adottiamo e, di lì, contribuire alla trasformazione della società.

propone un cambiamento di vita, resistendo alla tradizione e all'evoluzione naturale e, dunque, facendosi "garante" della capacità della società di produrre e trasformare se stessa. Sempre seguendo lo schema interpretativo di Touraine (ibid.), FridaysForFuture può intendersi come soggetto collettivo solidale che consente agli individui di esercitare il proprio diritto di cittadinanza e di autoaffermazione entro un percorso emancipatorio caratterizzato dai principi di identità (i.e., la consapevolezza circa l'interesse materiale condiviso dai membri di un gruppo e il contributo che essi, in questo caso ə giovani, ritengono di apportare all'organizzazione sociale complessiva), di opposizione (i.e., il riconoscimento di un avversario, in questo caso le logiche che sovrintendono alle politiche ambientali, che negano o minimizzano il contributo dei membri del movimento) e di totalità (ossia il progetto complessivo di trasformazione, in questo caso in chiave socio-ecologica, dei modelli socio-culturali, di conoscenza e di produzione attraverso l'azione collettiva organizzata)[2].

Gli studi prodotti finora su FridaysForFuture restituiscono un quadro ancora "puntinato" sul fenomeno dell'attivismo giovanile (e) digitale per il clima. Alcunə autorə, per esempio, si sono concentratə sul personaggio di Greta Thunberg, valorizzandone i dispositivi retorici e le argomentazioni morali (Vavilov, 2019), criticandone l'eccessiva fiducia nei dati scientifici (Evensen, 2019) o persino problematizzando la sua leadership rispetto al resto del movimento (von Zabern e Tulloch, 2020). Altrə autorə, invece, si sono occupati di ricostruirne la genesi e i reclami. Schinko (2020), nello specifico, contestualizza la nascita di FridaysForFuture all'interno del fallimento delle conferenze e degli accordi internazionali sul clima, e identifica, nel riconoscimento dell'attualità dei rischi climatici e nella richiesta di una governance allargata per la gestione della crisi climatica, gli elementi costitutivi della trasformazione socio-ecologica che il movimento promuove. Maier (2019), dal canto suo, identifica tre frame principali dell'azione collettiva di FirdaysForFuture: 1) ə attivistə scompongono la questione climatica in dimensioni diagnostiche e prognostiche, identificando problematiche, cause politiche e soluzioni; 2) invocano la giustizia climatica come un patto intergenerazionale, contrapponendo giovani e adultə attraverso accattivanti cartelli di protesta e codici culturali online; 3) trattano sia il cambiamento climatico che la loro stessa militanza come transnazionali per portata e responsabilità. A

[2] Non abbiamo la pretesa di fornire una discussione esaustiva sulla letteratura prodotta nell'ambito degli studi sui movimenti sociali, né di restituire, in poche righe, la complessità dello schema interpretativo di Touraine su movimenti sociali e produzione/trasformazione della società. Ci sembrava, tuttavia, opportuno chiarire per quale motivo e in che termini consideriamo FridaysForFuture come movimento sociale, onde posizionare meglio l'analisi delle pratiche comunicative e politiche che sono oggetto della trattazione di questo libro.

questi studi si aggiungono poi una serie di ricerche che delineano la composizione sociale di FridaysForFuture e i suoi caratteri ascrittivi. Smith e Bognar (2019), per esempio, lo descrivono come un movimento decentralizzato, basato su gruppi locali dislocati in tutto il mondo che combinano tatticamente scioperi studenteschi settimanali con marce coordinate su larga scala. Le survey condotte in Europa durante i global strike del 2019 (Wahlström *et al.*, 2019; Gardner e Neuber, 2020), inoltre, evidenziano che ə "Fridays" – come sono solitə chiamarsi ə attivistə di FridaysForFuture – sono per lo più adolescenti, ben istruitə e senza esperienza di civic engagement previa. Inizialmente ispirati da Greta Thunberg, militano nel movimento mossə dalla preoccupazione per il futuro proprio e del pianeta, e per reclamare la responsabilità politica delle istituzioni pubbliche. Secondo Zamponi e colleghə (2022), inoltre, la loro agency si avvita soprattutto intorno ad una vera e propria politicizzazione del cambiamento degli stili di vita delle persone, tale per cui la trasformazione nella sfera privata individuale si annoda ad una disputa nella sfera pubblica globale. Secondo de Moor e colleghə (2021), invece, ciò che rende peculiare FridaysForFuture è proprio la sua capacità di mobilitazione studentesca, la combinazione strategica di diversi repertori di protesta, l'indirizzamento dei reclami a governi locali o nazionali, e l'accreditamento della lotta climatica nelle prognosi elaborate dalla comunità scientifica.

In questo scenario, le reti interpersonali (digitalmente mediate e non) deə attivistə hanno giocato e ancora giocano un ruolo essenziale nella condivisione di emozioni ed informazioni (organizzative e di merito) utili ad aderire alle mobilitazioni (Wahlström *et al.*, 2019).

L'uso dei social media, a ben vedere, emerge dagli studi condotti finora come elemento costitutivo del movimento. Rivas-de-Roca (2020), per esempio, dimostra che ə attivistə ricorrono a queste piattaforme per attrarre l'attenzione dei mass media e incoraggiare la partecipazione della cittadinanza alla lotta per il clima. Trimonytė (2020) specifica che i post pubblicati sulle pagine Facebook, Instagram e Twitter di FridaysForFuture seguono un doppio framing: diagnostico (quando denunciano l'inattività delle istituzioni rispetto al cambiamento climatico, rivendicano la fattualità di questo problema con riferimenti scientifici e dichiarazioni istituzionali, o sottolineano la portata globale della questione e le sue ripercussioni quotidiane) e prognostico (quando invitano i leader mondiali a rispondere all'emergenza climatica, propongono soluzioni concrete o valorizzano le proprie azioni). Inoltre, ə "Fridays" abitano i social media anche come luoghi di incontro e consolidamento interno del movimento. Secondo Brünker e colleghə (2019), per esempio, interagire con Greta Thunberg su Instagram ha facilitato molto la formazione dell'identità collettiva del movimento. Secondo Reyes-Carrasco e colleghə (2020), invece, l'uso dei social media sta favorendo pratiche di apprendimento informali.

Il network italiano di FridaysForFuture ricalca molte delle caratteristiche descritte finora. Secondo le analisi del team di Zamponi (2019), esso è animato per lo più da giovani under 35 (63%), con un numero significativo di adolescenti (32,6%, di cui il 68% ragazze). Anche in Italia, si tratta principalmente di attivistə novizіə, per lo più senza affiliazioni associative o partitarie, che hanno scoperto l'ambientalismo/ecologismo attraverso la lente dell'emergenza climatica e hanno aderito a FridaysForFuture per richiedere un intervento politico adeguato e, di lì, difendere il proprio futuro (ibidem). In questo scenario, lo abbiamo già segnalato (Belotti e*t al*., 2022), i social media funzionano da luoghi di incontro (tra "Fridays" e con attivistə di altre organizzazioni sociali) e scontro (con le istituzioni e le aziende inquinanti), diventando costitutivi delle pratiche di lotta e di costruzione dell'identità del movimento. Dunque, in un paese in cui le scelte ecosostenibili di cittadinə, imprese e amministrazioni stentano ancora a raggiungere risultati accettabili, e il livello di preoccupazione della popolazione aumenta ma non abbastanza da generare insoddisfazione diffusa (ISTAT, 2020), sono ə giovani a rilanciare un dibattito pubblico sul tema della sostenibilità ambientale e sociale, funzionando così da enzima di attivazione e catalizzazione di diverse battaglie per l'ambiente e le specie che lo abitano. Capire come, dove e perché lo fanno è dunque fondamentale per cogliere la portata innovativa delle vertenze e delle pratiche di lotta di FridaysForFuture, tanto più se consideriamo che l'attivismo ambientale in Italia non è stato caratterizzato spesso da processi di costruzione identitaria in chiave generazionale (Bertuzzi, 2019), essendo principalmente associato a questioni carsiche (vedasi la difesa dei beni comuni e il referendum contro la privatizzazione del servizio idrico nazionale, Mattei, 2013; Belotti, 2015) o battaglie territoriali (vedasi i movimenti No-Tav e NoMuos e relative rivendicazioni locali, Armano, Pittavino e Sciortino, 2013; della Porta e Piazza, 2016).

2. Attivismo giovanile (e) digitale per il clima: una questione di "esperienze"

In questo libro ci proponiamo di valorizzare l'esperienza di chi milita in FridaysForFuture, convinte che comprendere il modo in cui ə giovani attivistə "si vivono" sia il cambiamento climatico che l'attivismo digitale sia la chiave per cogliere la specificità e la portata innovativa del movimento, delle sue battaglie e pratiche di lotta.

L'intera ricerca ha preso forma a partire dall'ipotesi che questi due "vissuti" fossero interdipendenti. Durante la manifestazione indetta a Roma in occasione dello sciopero mondiale per il clima del 27 settembre 2019, ci

siamo cominciate a domandare da un lato, perché proprio il cambiamento climatico stesse mobilitando migliaia di giovani e quindi cosa rappresentasse per loro; dall'altro, che ruolo o peso giocassero i social media nel dare forma e massività al movimento, e dunque come ə attivistə di FridaysForFuture usassero e percepissero queste piattaforme. Sospettavamo che la scelta delle vertenze politiche, delle forme di protesta, e delle dinamiche di confronto e organizzazione di FridaysForFuture avessero a che fare con come ə giovani abitano i social media e che, a sua volta, quello che il cambiamento climatico rappresenta per loro in termini di prospettive future, effetti tangibili e stili di vita quotidiana retroagisse sul modo in cui si relazionano tra loro sui social media e su come sono solitə lottare attraverso queste piattaforme.

Queste suggestioni hanno dato vita a un progetto di ricerca che ci ha riunite intorno all'esigenza di comprendere, da un lato, che significati assegnano al cambiamento climatico ə attivistə di FridaysForFuture, e dall'altro, che senso trovano nell'uso politico dei social media, allo scopo di verificare se e in che termini l'intreccio di queste due "esperienze" potesse dar conto dei caratteri ascrittivi del movimento e di quello che secondo noi può considerarsi un successo politico, considerata la risonanza internazionale che FridaysForFuture ha garantito alla questione climatica, la resistenza che ha dimostrato all'usura del tempo e alle fluttuazioni tipiche dei movimenti sociali, nonché la copiosa partecipazione giovanile alle attività organizzative e di protesta.

Un impianto metodologico multimodale di tipo qualitativo ci ha permesso di soddisfare questa esigenza, giacché abbiamo potuto indagare in profondità e nei diversi contesti di appartenenza quali siano questi vissuti e come prendono forma. Dunque, le tecniche di raccolta e analisi dei dati cui abbiamo fatto ricorso rafforzano la convinzione che integrare diversi mezzi e ambienti di lavoro, capitalizzando le funzioni delle piattaforme digitali, consente di cogliere diversi tipi di sense-making e avere una visione organica dei significati che le persone attribuiscono ai fenomeni attingendo ai diversi mondi sociali che abitano. Inoltre, informare l'intera ricerca al principio di solidarietà, secondo una postura epistemica che vuole la produzione di conoscenza al servizio del cambiamento sociale (e, nel nostro caso, della giustizia climatica), è stata una scommessa cognitiva e politica vincente. Vigilare permanentemente sia sul rapporto con ə partecipanti che sugli impegni presi con l'università, adeguare i protocolli di ricerca al contesto d'indagine e, allo stesso tempo, restaurare il senso della restituzione sia come step costitutivo di un progetto di ricerca che come pratica di bilancio del movimento, sono pratiche di ricerca percorribili che dimostrano la porosità del confine tra mondo accademico e mondo dell'attivismo. Infine, adottare un quadro teorico-concettuale multidisciplinare, mettendo a dialogo la teoria delle rappresentazioni sociali (propria della psicologia sociale) con un approccio situato e prasseo-

logico all'attivismo digitale (mutuato dagli studi sociologici sui processi culturali e comunicativi) è risultato efficace per ricostruire i vissuti deə attivistə riguardo il cambiamento climatico e l'uso politico dei social media, e di lì identificare i passaggi di sovrapposizione tra i due sense-giving che possono nutrire entrambi i filoni di ricerca.

A ben vedere, le rappresentazioni sociali hanno la funzione pratica di esprimere significati principalmente riferiti al "far fronte" al cambiamento climatico, il che rende quelle deə attivistə di FridaysForFuture particolarmente interessanti per questo filone di studi. D'altro canto, l'approccio teorico delle rappresentazioni sociali fornisce uno sfaccettato set di concetti per capire cos'è il cambiamento climatico per chi milita in FridaysForFuture e, dunque, per comprenderne le pratiche politiche (digitalmente mediate e non) e il posizionamento di fronte all'emergenza climatica. Trattandosi di un problema ambientale di lunga data e in peggioramento, che richiede un'adeguata gestione istituzionale, di primaria importanza sono le implicazioni temporali e istituzionali del fenomeno, che emergono infatti nelle rivendicazioni e nelle strategie comunicative del movimento. Il dibattito pubblico sull'argomento, polarizzato intorno alle visioni opposte di scienziatə versus scetticə, fa da sfondo alle posizioni assunte daə attivistə, mettendone in controluce le componenti centrali e periferiche. In questo processo di sense-giving intervengono anche fattori cognitivi, affettivi e normativi legati alle esperienze dei singoli individui; fattori che a loro volta ineriscono agli ambienti (digitali e non) in cui ə attivistə (inter)agiscono. Questo dà luogo a specifici processi di *coping* che incidono sulla costruzione identitaria del movimento e sulla risposta politica al cambiamento climatico che esso propone dal basso. Peraltro, poiché i significati del cambiamento climatico sono principalmente costruiti a partire dalle rinegoziazioni di senso dei contenuti mediali mainstream, che avvengono entro le reti interpersonali (online e offline) degli individui, i social media costituiscono un territorio di esplorazione particolarmente fertile per comprendere come e perché la gioventù contemporanea lotti così strenuamente per il clima.

In effetti, l'attivismo digitale è da considerarsi come "pratica di lotta tra le altre" tale per cui gli usi dei social media sono ibridati secondo processi di sense-making sia individuali che collettivi che attingono e, allo stesso tempo, retroalimentano i repertori di lotta dei movimenti sociali. Indagare come ə attivistə di FridaysForFuture abitano e percepiscono queste piattaforme non solo nutre il filone di studi prasseologici sull'attivismo digitale, ma consente di comprendere meglio le specificità sia dell'attivismo giovanile che dell'ambientalismo/ecologismo. Nei significati che ə attivistə di FridaysForFuture assegnano a ciascuna piattaforma, nel modo in cui le usano di concerto, scoviamo i reclami di una generazione che sfida i movimenti che l'hanno pre-

ceduta e che riposiziona il discorso ambientalista/ecologista intorno a questioni note che richiedono però nuove soluzioni. D'altro canto, le specificità delle pratiche d'uso giovanili e climate-oriented dei social media ci attrezzano per situare ancora più saldamente l'attivismo digitale ai contesti, alle identità e alle vertenze intorno a cui nasce e si sviluppa. Analizzare il legame di FridaysForFuture con i territori e le altre realtà in lotta, le dinamiche di costruzione dell'adesione e dell'appartenenza, e i processi di produzione dei contenuti (spaziando quindi tra online e offline e tra diverse piattaforme) ci consente di comprendere a fondo le implicazioni del cambiamento climatico e, di lì, dimensionare l'urgenza della battaglia portata avanti da FridaysForFuture.

3. Struttura del libro[3]

Il primo capitolo illustra le scelte teorico-concettuali, metodologiche ed epistemologiche che hanno modellato l'intera ricerca. In esso ricostruiamo i fondamenti della teoria delle rappresentazioni sociali, zoomando anche sulle ricerche che finora l'hanno applicata allo studio della percezione delle problematiche ambientali. Inoltre, posizioniamo il nostro lavoro all'interno del dibattito teorico sull'attivismo digitale, mettendo anche in evidenza le specificità degli usi dei social media nell'ambito delle mobilitazioni giovanili e/o per il clima. Il capitolo prosegue con una sezione dedicata alla metodologia impiegata dove diamo conto dell'approccio e delle tecniche di raccolta e analisi dei dati che abbiamo impiegato. In chiusura, chiariamo la nostra postura epistemica informata al paradigma trasformativo e alla vocazione di servizio della produzione di conoscenza, dettagliando anche le conseguenze applicative sul piano del rapporto con ə partecipanti e dei protocolli etici.

Il secondo e il terzo capitolo rappresentano il cuore pulsante di questo libro in quanto danno conto di come ə giovani attivistə di FridaysForFuture "si vivono" sia il cambiamento climatico che l'attivismo digitale. Il secondo

[3] Questo libro è il prodotto collettivo delle due autrici. Insieme ne abbiamo progettato la struttura e discusso il contenuto, capitolo per capitolo, avendo disegnato ed implementato in team l'intera ricerca fin dai primi step. La stessa distribuzione "a chiasmo" del lavoro di stesura riflette questa impostazione: Francesca Belotti ha curato *Introduzione*, *Quadro teorico-concettuale* (in *La ricerca su/con FridaysForFuture-Roma*), *Una crisi sistemica socio-ecologica* (in *Rappresentazioni sociali del cambiamento climatico*) e *"Roba" da/per giovani* (in *Pratiche d'uso dei social media*); Arianna Bussoletti, invece, ha scritto *Disegno della ricerca* (in *La ricerca su/con FridaysForFuture-Roma*), *Un problema (inter-)generazionale* (in *Rappresentazioni sociali del cambiamento climatico*), *"Roba" da/per attivistə* (in *Pratiche d'uso dei social media*) e *Conclusioni*. Ciascuna di noi ha poi revisionato il lavoro dell'altra, con "incursioni" nel testo volte ad armonizzare stile e contenuti.

capitolo, infatti, dà conto delle due principali rappresentazioni sociali del cambiamento climatico che coesistono nel movimento, in un rapporto di genere a specie l'una con l'altra: da un lato, il climate change è percepito come una crisi sistemica socio-ecologica che arriva da lontano e ha effetti sul futuro, che riguarda tutte le specie viventi e ci rende responsabili come individui singoli e come società; dall'altro lato, esso è sentito come un problema generazionale in quanto i costi ambientali, sociali ed economici della crisi climatica saranno pagati soprattutto daə giovani e, dunque, ə "Fridays" si fanno portavoce di una lotta la cui emergenzialità è declinata in prospettiva futura. Il terzo capitolo, invece, si focalizza sul modo in cui ə attivistə abitano i social media.

In primo luogo, il capitolo dà conto di come le piattaforme siano considerate ambienti privilegiati e costitutivi dell'attivismo, in cui prassi politiche e mediali si definiscono a vicenda mixando le logiche della politica dal basso con quelle dei social media e delle sue community online. Il secondo paragrafo, invece, si focalizza sui social media in quanto ambienti propri deə giovani, caratterizzati da stili comunicativi age-based e processi di appropriazione in chiave generazionale, i quali contribuiscono a definire l'identità di FridaysForFuture.

Abbiamo "spacchettato" queste due esperienze, quella legata al cambiamento climatico e quella relativa agli usi politici dei social media, solo per scopi analitici, onde comprenderle e raccontarle in profondità. In realtà, questi due "vissuti" sono interconnessi e influiscono l'uno sull'altro al punto da dare vita a un movimento unico nel suo genere e a pratiche di lotta specifiche. Questo è il valore aggiunto di FridaysForFuture, e questo è il contributo che il nostro libro vuole apportare ai filoni di studio e alle pratiche di ricerca che si occupano di attivismo giovanile, digitale e/o climatico. Le conclusioni del libro, dunque, danno conto di questa "miscela" tra rappresentazioni sociali del climate change e pratiche d'uso politico dei social media. Entrano nelle maglie dei processi di sense-making per evidenziare le reciproche interferenze, da un lato, tra rappresentazione socio-ecologica del cambiamento climatico e logiche connettive che informano gli usi politici dei social media, e dall'altro, tra senso di appartenenza generazionale alla battaglia climatica e appropriazione generazionale dei social media. Da queste analisi, prende piede un ragionamento sui punti di forza e debolezza di FridaysForFuture allo scopo di fornire strumenti e orientamenti utili a chi milita nelle fila dell'attivismo climatico contemporaneo e, di lì, dare un senso fattivo alla nostra concezione "di servizio" della ricerca. Per questo stesso motivo, il capitolo si chiude con una riflessione critica sul nostro lavoro "ai fianchi" del collettivo romano di FridaysForFuture, espressione stessa della tensione, per nostra stessa ammissione a tratti difficile da navigare, fra partecipare e osservare, fra ricercatrice e attivista.

1. La ricerca su/con FridaysForFuture-Roma

Questo primo capitolo illustra le scelte teorico-concettuali, metodologiche ed epistemologiche che sovrintendono alla ricerca condotta su/con il gruppo romano di FridaysForFuture. Il quadro teorico (*cfr*. Fig. 1) mette a dialogo la teoria delle rappresentazioni sociali con la letteratura sull'attivismo digitale, focalizzando l'attenzione su come questi due filoni di studio si sono occupati finora delle vertenze ambientali, degli usi politici dei social media e dell'attivismo giovanile.
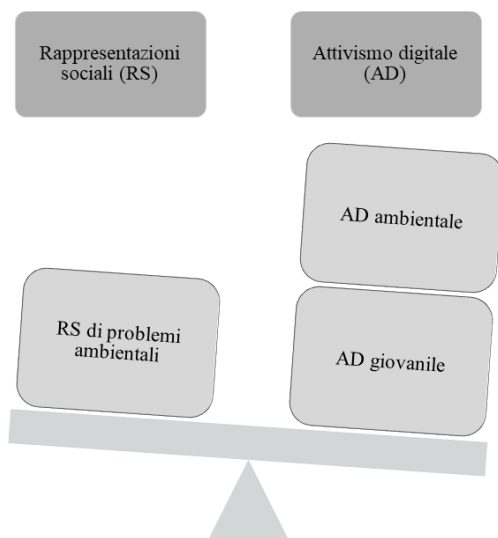
Fig. 1 – Quadro teorico-concettuale

 ISBN 9788835143376

Il disegno metodologico (*cfr*. Fig. 2), invece, valorizza opportunità e limiti di una ricerca qualitativa multimodale e solidale, condotta attraverso osservazione partecipante, etnografia digitale e focus group online, e informata a una postura epistemica che vuole la produzione di conoscenza al servizio del cambiamento sociale.

Fig. 2 – Impianto metodologico

1. Quadro teorico-concettuale

1.1. Rappresentazioni sociali e percezione dei problemi ambientali

La teoria delle rappresentazioni sociali, da Moscovici (1988, 2000) in poi, ha sottolineato la centralità delle dinamiche relazionali nella formazione dei significati che le persone attribuiscono ai fenomeni socialmente rilevanti (Wagner e Hayes, 2005). Questo approccio socio-cognitivo combina l'interesse tipicamente sociologico per modelli e processi sociali con quello cognitivista per costrutti mentali, valori e atteggiamenti (Buijs *et al*., 2012). Esso mette a valore i processi interpersonali di attribuzione di senso, mutuando dal costruttivismo sociale l'interesse per il ruolo definitorio degli scambi simbolici e del linguaggio (Walmsley, 2004).

Una rappresentazione sociale può essere quindi definita come un sistema di valori, idee e pratiche riguardanti un dato oggetto sociale, attraverso il quale gli individui ordinano e si orientano nel mondo materiale e sociale, secondo un codice condiviso che sovrintende sia alla comunicazione tra loro

sia alla classificazione della realtà stessa (Wagner *et al*., 1999). Le rappresentazioni sociali, dunque, non sono un riflesso della realtà ma vi ineriscono, la organizzano, funzionando da sistema di interpretazione che regola le relazioni tra le persone e il loro ambiente fisico e sociale (Bauer e Gaskell, 1999; Walmsley, 2004). Come sintetizzano Buijs e colleghə (2012, p. 1169), esse emergono «non solo da una relazione soggetto-oggetto ma anche da strutture sociali e relazioni intergruppi». Le rappresentazioni sociali sono infatti (ri)prodotte entro un processo di *coping* collettivo (Bauer e Gaskell, 1999).

All'interno di questo quadro teorico vengono considerati i diversi livelli in cui tutti questi processi avvengono, i meccanismi attraverso cui prendono forma e la struttura intorno a cui si organizzano.

Quando parliamo di livelli, ci riferiamo al contenuto (i.e., le informazioni possedute sull'oggetto della rappresentazione), al campo (i.e., la disposizione gerarchica di tali informazioni) e all'atteggiamento (i.e., l'orientamento favorevole o contrario verso l'oggetto) intorno a cui si sviluppa il pensiero sociale (Le Bouedec, 1984; Contarello *et al*., 2007). Quando parliamo di meccanismi, ci riferiamo, invece, ai modi in cui le persone rendono familiare ciò che è nuovo. Da un lato, riportano un fenomeno ignoto in una sfera conosciuta, nominandolo o classificandolo secondo schemi ideologici personali e/o condivisi con altrə (il c.d. "ancoraggio"); dall'altro, traducono quel fenomeno in qualcosa di concreto e tangibile, per lo più attraverso personificazioni, metafore o sineddoche (la c.d. "oggettivazione"; Moscovici e Hewstone, 1983; Wagner *et al*., 1995). Quando parliamo di struttura, infine, ci riferiamo al modo in cui ogni rappresentazione si addensa intorno a un nucleo centrale, che fornisce quindi il significato consensuale di un gruppo e media poi con la realtà attraverso elementi periferici, che consentono di adattare la rappresentazione a particolari contesti e di collegarla all'agire quotidiano (Quenza, 2005). Il nucleo centrale è quindi costituito da elementi stabili e assume un valore associativo, mentre il sistema periferico conferisce flessibilità alla rappresentazione, funzionando da interfaccia con la situazione concreta nella quale essa è elaborata (Abric, 1984, 1996; Flament, 1989).

Tali processi di sense-giving sono situati, ovvero ancorati a una cultura e a uno spazio-tempo specifici (Wagner, 2007), poiché le persone prestano attenzione a ciò che sta accadendo qui e ora, ma anche a ciò che viene continuamente reso presente attraverso le istituzioni culturali (Castro, 2014). Per questo le rappresentazioni sociali cambiano nel tempo e tra luoghi diversi (Morera *et al*., 2015) e si consolidano altrettanto diversamente, entro un legame tra culturale e contestuale, tra istituzionale e contingente, che si materializza nella comunicazione, nel linguaggio e nel discorso (Castro e Batel, 2008). S'intende, allora, perché possono coesistere elementi rappresentazionali incoerenti o addirittura contraddittori (i.e., "polifasia cognitiva", Mosco-

vici, 1984): le persone attingono a forme ibride di conoscenza (Bauer e Gaskell, 1999) derivanti dai diversi mondi sociali che abitano e a cui cercano di dare senso (Wagner e Hayes, 2005; Wagner, 2007). Inoltre, le rappresentazioni sociali possono essere diversamente "potenti", ascrivibili ciascuna a gruppi sociali diversi. Le rappresentazioni egemoniche sono quelle che, in quanto condivise da gruppi coesi e radicate in credenze culturali ampiamente diffuse, appaiono uniformi e normative (Moscovici, 1988; Gillespie, 2008). Le rappresentazioni emancipate costituiscono una rielaborazione o messa in discussione di certi aspetti delle rappresentazioni egemoniche da parte di specifici sottogruppi sociali (Moscovici, 1988; Ben-Asher, 2003). Infine, le rappresentazioni polemiche si generano entro conflitti e si oppongono alle egemoniche: ne confutano la validità euristica, restando però relegate a gruppi minoritari antagonisti (ibidem). In questa dinamica, le rappresentazioni sociali definiscono i confini di comunità che si identificano come tali proprio per aver condiviso lo stesso posizionamento di fronte a un fenomeno (Wagner *et al.*, 1999).

L'assimilazione di una rappresentazione sociale o di un'altra nella struttura identitaria del gruppo dipende dai processi di costruzione dell'identità, che funzionano da filtro nelle negoziazioni di senso tra appartenenti al gruppo; allo stesso tempo, però, le rappresentazioni sociali assimilate retroagiscono sulle risposte al fenomeno da parte del gruppo stesso, consolidandone così il posizionamento (Jaspal e Breakwell, 2014). La teoria delle rappresentazioni sociali, infatti, non si concentra sulle differenze di significato tra individui ma privilegia quelle tra i gruppi, partendo dall'assunto che ogni incontro dell'individuo con ciò che lo circonda è mediato dalle sue relazioni con altri individui (Howart, 2006). Essa dà quindi conto di come, attraverso le interazioni sociali, si delineano confini simbolico-identitari e processi di soggettivazione (Duveen, 2001). In sostanza, «una rappresentazione sociale è un fenomeno collettivo che riguarda una comunità [...] co-costruita dagli individui nel loro parlare e agire quotidiano» (Wagner, 1996, p. 96). Essa abilita le persone a comprendere e spiegare la realtà sulla base di quadri cognitivi e valoriali condivisi, a identificarsi collettivamente sulla base di tali quadri, a posizionarsi di fronte a un fenomeno e ad agire di conseguenza (Morera *et al.*, 2015).

Finora, la ricerca sulle rappresentazioni sociali del cambiamento climatico e di altre questioni ambientali ha dimostrato l'efficacia di questo approccio teorico nel rendere conto dei modi in cui le persone negoziano i significati e si posizionano rispetto a tali fenomeni sensibili. Studiare le rappresentazioni sociali, dunque, ci permette di catturare le forme simboliche del pensiero in modo organizzato e integrato (Moscovici, 1984), cogliendo come le nozioni scientifiche vengono integrate nella vita quotidiana e nel pensiero

comune. Si valorizza dunque la conoscenza pratica della persona ordinaria anziché la conoscenza tecnica della persona esperta, o quantomeno si dà priorità a come la prima rielabora la seconda (Walmsley, 2004).

Wagner (2007), a questo proposito, parla di "conoscenza scientifica vernacolare" per valorizzare sia il modo in cui il pubblico laico compensa la mancanza di alfabetizzazione scientifica (ancorando contenuti tecnici alla propria conoscenza di base), sia la capacità comunicativa delle rappresentazioni sociali stesse (che consentono quindi di convalidare collettivamente e localmente il senso assegnato a un fenomeno altrimenti esperibile solo daə addettə ai lavori).

Come sottolineato da Moscovici (1981), in quanto sistemi di concetti, affermazioni e spiegazioni che hanno origine dalla vita quotidiana attraverso la comunicazione interpersonale, le rappresentazioni sociali degli individui sono fortemente influenzate sia dalla comunicazione informale che dai media. Höijer (2011), per esempio, ha dimostrato che quando i mass media veicolano emozioni forti nelle rappresentazioni verbali e visive del cambiamento climatico, permettono alle persone di abbinare tali emozioni a quelle generate da altri fenomeni più noti e riconoscibili, calando così il cambiamento climatico nelle loro esperienze quotidiane. Allo stesso modo, Smith e Joffe (2013) hanno osservato che le persone interpretano il cambiamento climatico in base alle proprie esperienze personali, rielaborando le immagini del riscaldamento globale ad alto impatto emotivo proposte dai media mainstream. Ricorrendo agli studi di Markova (2003) sulle antinomie dialogiche che strutturano le visioni del mondo delle persone, questə autorə hanno riscontrato che le persone imputano il riscaldamento globale all'inquinamento altrui (in opposizione a loro stesse che invece adottano comportamenti virtuosi), lo rintracciano negli attuali fenomeni meteorologici inaspettati (in opposizione al passato in cui le stagioni seguivano il loro corso regolare), e registrano un alone di incertezza informativa (in opposizione alla chiarezza delle manifestazioni climatiche del cambiamento in corso). Fischer e colleghə (2012) hanno altresì riscontrato che le persone concepiscono il cambiamento climatico come una questione di uso sostenibile delle risorse naturali (specialmente quelle energetiche) e impregnano tale quadro cognitivo di assunti normativi e giudicanti che generano preoccupazione, confusione e rassegnazione.

Tutto questo riflette quanto evidenziato da Kahan e colleghə (2012) nel riconoscere che la preoccupazione di un individuo nei confronti del cambiamento climatico non è necessariamente correlata a un maggior livello di conoscenza scientifica. Gli elementi recepiti dalla cultura popolare in cui gli individui sono immersi contribuiscono alla costruzione delle rappresentazioni sociali del cambiamento climatico più del parere deə espertə (García-

Vinuesa *et al*., 2019). Wibeck (2014), per esempio, dimostra che gli individui tendono a reificare il cambiamento climatico attraverso esempi prototipici e metafore che rimandano principalmente alla risposta umana ad esso, sia essa esperita o auspicata. Più specificamente, definiscono il cambiamento climatico come un problema globale, con conseguenze gravi ma lontane nel tempo e nello spazio, facendo riferimento a ipotesi gradualiste (i.e., avviene lentamente e le economie si adatteranno) o catastrofiste (i.e., sta già accadendo e poco può essere fatto per fermare il suo progresso) che rimandano comunque al mondo naturale e sociale in cui sono immersi. Ciò riflette l'assenza di una netta correlazione fra le dimensioni cognitive (conoscenza del cambiamento climatico), emozionali (preoccupazione, percezione del rischio, immagini mentali) e comportamentali (intenzioni e comportamenti dichiarati) relative al problema (Cabecinhas *et al*., 2008). Se i contenuti veicolati dai media mainstream influiscono sul livello di coinvolgimento degli individui rispetto al problema del cambiamento climatico in termini di preoccupazione, conoscenza e intenzioni, la comunicazione interpersonale resta centrale ai fini di una più completa percezione del problema (ibidem).

Jaspal e colleghə (2014), dal canto loro, hanno indagato come le rappresentazioni egemoniche, emancipate e polemiche del cambiamento climatico circolano tra le persone e finiscono per stabilire il posizionamento di diversi gruppi. Nello specifico, la rappresentazione egemonica del cambiamento climatico lo intende come derivante dalle attività antropiche e risultante in effetti negativi, ed è attribuita alla comunità scientifica. Ogni altra rappresentazione che sviluppa o modifica questa idea è definibile come emancipata ed è attribuita a specifici sottogruppi, tra cui i movimenti ambientalisti o ecologisti. Al contrario, le rappresentazioni polemiche sono attribuite aə scetticə che sfidano la legittimità delle argomentazioni scientifiche a supporto delle rappresentazioni egemoniche. Zoomando sulla struttura delle rappresentazioni egemoniche ed emancipate, Mambet Doue e colleghə (2020) hanno dimostrato che sono principalmente raggruppate intorno alle cause e agli effetti del fenomeno, con elementi periferici che variano a seconda sia dei background socioculturali delle persone che del loro contesto socio-geografico. Secondo Buijs e colleghə (2012), infatti, gli elementi periferici possono giocare una "funzione divisiva" in quanto calano le questioni ambientali nel territorio e dunque relativizzano il significato consensuale assicurato dal nucleo centrale.

Moloney e colleghə (2014), per esempio, hanno rilevato che persone aventi un bagaglio di conoscenze diverse (nel suo caso, scienziatə, dipendenti del governo e persone ordinarie) condividono la percezione che il cambiamento climatico sia un problema tangibile, ma si relazionano con i suoi impatti fisici diversamente (rispettivamente: focalizzandosi su come mitigarli,

preoccupandosi per le conseguenze finanziarie che generano, o identificandone le cause). García-Vinuesa e colleghə (2019), dal canto loro, hanno riscontrato che chi ha una conoscenza approfondita del problema (per lo più persone provenienti da paesi ricchi ed industrializzati) sono consapevoli delle proprie responsabilità (in termini di impatto ambientale) e privilegi (subiranno le conseguenze della crisi climatica per ultime), e dunque insistono sulla necessità di sensibilizzare più efficacemente la società sulla crisi climatica. I contesti socio-geografici, dunque, sono determinanti tanto quanto l'estrazione socioculturale delle persone. A questo proposito, Baquiano e Mendez (2016) hanno rilevato che popolazioni che vivono in contesti diversamente esposti a disastri ambientali parlano altrettanto diversamente del cambiamento climatico: pur condividendo l'idea di fondo che questo fenomeno sia legato al riscaldamento globale, chi ha vissuto esperienze di calamità naturali tende a descriverne in modo più "emozionato" gli impatti e a denunciare la mancanza di sistemi efficaci per la loro gestione; viceversa, chi non ha avuto questo tipo di esperienze ne parla in modo più "distaccato" e tende a concentrarsi sulle cause e sulle strategie di adattamento. A questo proposito, Castro (2014) suggerisce che le politiche pubbliche locali possono retroagire sulla strutturazione stessa della rappresentazione sociale, poiché nel processo di attribuzione di senso assume rilevanza sia «il modo in cui le persone affrontano i cambiamenti richiesti per implementare la protezione e gli obiettivi di sostenibilità», sia il fatto che alcune, e solo alcune, rappresentazioni «sono istituzionalizzate, per esempio attraverso leggi e regolamenti» (*ivi*, p. 298). In questa direzione vanno anche i risultati di Bonatti e colleghə (2016), secondo cui il contesto, nonché i processi politico-legali e socioeconomici che lo attraversano, giocano un ruolo determinante nel diversificare la percezione del cambiamento climatico.

In definitiva, la teoria delle rappresentazioni sociali e le ricerche che la applicano alla percezione delle problematiche ambientali forniscono un retroterra teorico-concettuale utile per comprendere come effettivamente le persone costruiscono insieme il senso di fenomeni socialmente rilevanti come il cambiamento climatico.

Recuperando la centralità che questo filone di studi assegna alle dinamiche e ai contesti di costruzione collettiva del sense-making, il nostro contributo aggiunge a queste analisi la specificità dei vissuti deə attivistə di FridaysForFuture e, dunque, dei significati definiti entro le pratiche politiche e negli ambienti (soprattutto quelli digitalmente mediati) propri deə giovani che lottano oggi per la giustizia climatica.

1.2. Attivismo digitale: social media, giovani e clima

I media digitali (e in particolare i social media) sono ormai costitutivi dell'attivismo contemporaneo in quanto hanno ridefinito le "opportunità di mediazione" (Cammaerts, 2012) per i movimenti sociali al punto da trasformarne il processo stesso di soggettivazione collettiva. Chi fa attivismo è ormai in grado di scambiare continuamente contenuti auto-prodotti in modo orizzontale, raggiungendo audience g-locali (la c.d. "auto-comunicazione di massa", Castells, 2009). I media digitali funzionano da agenti organizzativi che mettono in rete le azioni dei singoli individui, traducendole in impegno politico personalizzato e digitalmente mediato su larga scala (la c.d. "azione connettiva", Bennett e Segerberg, 2013). Come sintetizza Bakardjieva (2015, p. 985), «le particelle elementari di espressione individuale si scontrano come atomi liberi, trovano affinità e si uniscono in configurazioni più piccole o più grandi che a volte prendono la forma di flussi di protesta». Secondo l'autrice, questo "modello chimico" dell'attivismo mediato dal digitale dà conto del processo capillare in cui l'empowerment individuale, pur essendo guidato da frame di azione personale, confluisce e contribuisce alla formazione di un'identità collettiva dei movimenti così come concettualizzata da Melucci (1989, 1995). È in essa che si sostanzia il carattere politico delle azioni di protesta stesse (Bakardjieva, 2015). Pertanto, le forme tecniche e culturali di mediazione abilitate dai media digitali e basate nell'interazione connettiva finiscono per essere integrate al modello costruttivista sociale dell'azione collettiva.

Inoltre, queste piattaforme rendono la partecipazione politica "a portata di mano" delle persone, sfumando i confini tra privato e pubblico, e allargando le possibilità di engagement civico. Esse abilitano quelle "connessioni con attività pratiche e fattibili" che, secondo Dahlgren (2009), sono necessarie e sufficienti per ingaggiare le persone in una lotta, dare loro un senso di empowerment e, di lì, trasformare l'engagement in vera e propria agency politica. Per questo, concordiamo con Vaccari e colleghə (2015) e Dennis (2018) nel rifiutare quelle argomentazioni per cui l'attivismo digitale costituirebbe un impegno frammentario o a basso sforzo (il c.d. "*slacktivism*"). Esse non tengono conto della reciproca influenza tra gli usi dei media digitali e le lotte politiche, per cui i primi hanno progressivamente rimodellato le seconde, portando a una ridefinizione della struttura e delle dinamiche dei movimenti sociali in chiave reticolare (la c.d. "tecnopolitica", Toret *et al.*, 2015; Trerè e Barranquero, 2018). Ci avviciniamo quindi all'attivismo valorizzando quelle intersezioni e sovrapposizioni tra media digitali e politica come nei "sistemi mediatici ibridi" di Chadwick (2013), in cui media, attori politici e pubblici mobilitano logiche diverse per esercitare il potere e co-costruire il discorso

politico in diverse arene. In questo, ci rifacciamo alla prospettiva costruttivista che, da Berger e Luckmann (1966) in poi, ha concepito la comunicazione come un'azione attraverso la quale gli individui intervengono su una realtà sociale che, a sua volta, guida, delimita e permette l'azione stessa (Knoblauch, 2019). Questo implica trattare i media digitali come modellati da fattori sociali e culturali, valorizzando anche le scelte mediali degli individui e le loro negoziazioni di senso (Williams e Edge, 1996).

A ben vedere, infatti, ə attivistə negoziano continuamente i significati da assegnare alle "affordance" di piattaforma (Comunello, Mulargia e Parisi, 2016). Con questo termine ci riferiamo a quelle caratteristiche tecniche (ad esempio, pulsanti e sintassi) che materialmente suggeriscono come usarla (Norman, 2013), ma che incorporano anche le percezioni, le credenze e le aspettative deə utenti stessə (Nagy e Neff, 2015). Ogni piattaforma può essere intesa come un ambiente la cui «architettura modella ed è modellata dalle pratiche [...] proprio come negli spazi fisici» (boyd, 2011, p. 55). A riguardo, Madianou e Miller (2012) parlano di "polymedia" proprio per dare conto di come oggigiorno ə utenti si trovino a navigare in un "ambiente emergente di opportunità comunicative" in cui ogni singolo medium è definito in relazione all'intero contesto mediale e dove le persone agiscono ed esperiscono le proprie relazioni interpersonali attraverso scelte mediali che hanno poi conseguenze sociali ed emotive. Tali scelte mediali sono guidate da quelle che Gershon (2010) chiama "*media ideologies*" e "*idioms of practice*", vale a dire le convinzioni deə utenti su come funziona ciascun medium (che influiscono sulla loro produzione e interpretazione dei messaggi) nonché gli stili comunicativi negoziati, condivisi e consolidati tra loro (che nei fatti regolamentano gli usi in base a quali sono considerati appropriati e quali no). In altre parole, le possibilità d'uso dei media digitali derivano da come le persone sono solitə usare e parlare delle funzioni delle piattaforme (McVeigh-Schultz e Baym, 2015), al punto che ne possono piegare gli usi agli obiettivi politici, secondo norme sociali e credenze culturali che ineriscono alle piattaforme ma le eccedono anche (Belotti *et al.*, 2022).

Seguendo questo ragionamento, ci innestiamo nella prolifica branca di studi che, da Couldry (2004) in poi, ha applicato la teoria della pratica ai media. Tale approccio prasseologico considera le pratiche mediali come il combinato disposto della performatività umana e tecnologica (Schatzki, 1997; Nicolini, 2012). Shove e colleghə (2012) hanno sottolineato che proprio il legame tra la materialità degli artefatti tecnologici, le competenze umane e i processi di attribuzione di senso racchiude la capacità euristica delle pratiche mediali. Indagare quelle digitali, quindi, significa considerare «il legame performativo tra significati, oggetti e attività» (Trerè, 2019, p. 17) che fornisce una comprensione multiforme di ciò che ə attivistə fanno con e sulle piatta-

forme digitali, e con quali implicazioni. Mattoni (2020) ha recentemente identificato due diverse direttrici di applicazione della teoria della pratica all'attivismo mediatico: l'approccio "media come pratiche", che implica esplorare come ə attivistə si sperimentano con i media, e l'approccio "media nelle pratiche", che invece studia come le pratiche mediali nutrono la più ampia e variegata gamma di pratiche politiche dal basso. Nel nostro lavoro, adottiamo questa seconda direttrice perché è particolarmente utile a trasmettere una comprensione più profonda dell'attivismo climatico giovanile e delle sue pratiche di lotta specifiche, dentro e oltre i media digitali. In questo, seguiamo la proposta di Bakardjieva (2020) di considerare le pratiche mediali come un "concetto sensibilizzante" che ci suggerisce dove (anziché prescrivere cosa) osservare. Così facendo, ci catapultiamo all'interno di quella complessa dinamica media/movimento descritta da Trerè (2019), in cui ə attivistə ibridano usi innovativi e usi tradizionali dei media spaziando tra diversi ambienti fisici e digitali entro specifiche condizioni sociali, politiche e culturali.

In questa dinamica, i social media risultano essere particolarmente adatti agli scopi strumentali ed espressivi del fare politica dal basso in quanto consentono la creazione e condivisione di contenuti user-generated, favorendo la collaborazione e il mantenimento di relazioni tra reti interconnesse e interdipendenti di persone e comunità. Oltre a favorire lo scambio di idee e opinioni, nonché l'organizzazione di attività collettive, questi ambienti ospitano un processo di "*identization*" (Kavada, 2015) in cui i confini tra dentro e fuori il movimento sono sfumati in un modo che comunque permette di rispettarne valori e reclami. Nelle interazioni mediate dai social media si forgiano nomi, icone e slogan, mentre si costruisce e mantiene la sociability e il senso di appartenenza necessari per la mobilitazione (Gerbaudo e Treré, 2015). Lì si propagano le emozioni legate alle mobilitazioni, secondo una logica di "contagio" che consente di motivare e catalizzare l'adesione alle proteste (Gravante, 2016; Treré e Barranquero, 2018).

Mentre i servizi di Mobile Instant Messaging (MIM), quali WhatsApp e Telegram, funzionano come backstage dell'attivismo digitale, finalizzato agli aspetti organizzativi e alla costruzione dell'identità, i Social Network Sites (SNS), come Facebook, Twitter e Instagram, funzionano da frontstage in cui ə attivistə mettono in scena i propri reclami e posizionamenti rivolgendosi alle audience desiderate (Trerè, 2019). Le piattaforme MIM forniscono quindi aə attivistə ambienti privati e controllati (Valeriani e Vaccari, 2018; Gil de Zúñiga *et al.*, 2021), in cui ingaggiarsi liberamente in discussioni politiche che sempre più frequentemente si traducono in partecipazione alle mobilitazioni fisiche (Valenzuela *et al.*, 2019; Milan e Barbosa, 2020). Per questo, peraltro, sono particolarmente apprezzati daə adolescenti (Vermeer *et al.*, 2020; Gil de Zúñiga *et al.*, 2021). I SNS, invece, offrono ambienti pub-

blici o semi-pubblici in cui attuare diverse strategie di (rap)presentazione del sé (individuale e collettivo) e intercettare pubblici indeterminati ma potenzialmente illimitati, sfumando continuamente i confini spazio-temporali e sociali (boyd, 2011). In questo assetto composito di piattaforme, dunque, i social media vengono a configurare una vera e propria ecologia intorno aə attivistə, permettendo loro di passare senza soluzione di continuità da un ambiente all'altro, a seconda del significato che assegnano a ciascuna piattaforma (Barnes, 2008; Trerè, 2019). Le loro pratiche mediali finiscono per essere gli elementi costitutivi di veri e propri processi di mediatizzazione che danno forma a specifiche logiche mediatiche di lungo periodo, le quali includono sia i picchi delle proteste che le fasi latenti (Mattoni, 2017).

Finora, la letteratura sull'attivismo digitale per il clima ha dimostrato che i social media e le loro affordance sono particolarmente utili ai movimenti ambientalisti o ecologisti, soprattutto in occasione di eventi significativi legati a queste tematiche. Durante la Conferenza delle Parti delle Nazioni Unite sui Cambiamenti Climatici (COP15) del 2009, per esempio, gli hashtag hanno tematizzato le conversazioni su Twitter, funzionando da "cinghie di trasmissione" tra diversi gruppi e luoghi (Segerberg e Bennett, 2011). Durante la COP21 del 2015, le immagini hanno sfidato le narrazioni mainstream (Russell, 2018; Hopke e Hestres, 2018), dimostrandosi efficaci nell'incorniciare la gravità del cambiamento climatico (Wang *et al.*, 2018) e di lì promuovere la prospettiva attivista sull'argomento a detrimento delle argomentazioni deə scetticə (Anderson, 2017; Shapiro e Park, 2018). Nelle fasi latenti dell'attivismo, invece, i social media (in particolare le piattaforme generaliste come Facebook) diventano utili a motivare e coinvolgere il pubblico alle attività di advocacy in quanto permettono di ospitare discussioni a più voci sulle cause del cambiamento climatico e su quali azioni intraprendere per mitigarne l'impatto (Vu *et al.*, 2020).

Negli ultimi anni, l'attivismo climatico ha registrato un aumento esponenziale tra ə giovani di tutto il mondo, che stanno dando voce alle loro preoccupazioni per il futuro del pianeta (e dunque per il proprio), esprimendo soprattutto sui social media ciò che il cambiamento climatico significa per loro, in base alla propria fase di vita e alle proprie esperienze (Fisher, 2016). Bambinə e adolescenti ricorrono senza distinzione alle loro reti di pari online e offline, per condividere esperienze personali legate all'emergenza climatica (O'Brien *et al.*, 2018), promuovere gli appuntamenti di movimento (proteste e assemblee) e informare sulle problematiche ambientali per cui lottano (Boulianne, Lalancette e Ilkiw, 2020). In diversi casi l'uso dei social media diventa persino predittore dell'ambientalismo giovanile: seguire sui social media gruppi impegnati nella causa del clima si traduce sempre più spesso in partecipazione concreta deə giovani a cortei, boicottaggi e petizioni (Bou-

lianne e Ohme, 2021). A ben vedere, ə giovani usano i social media “a modo loro” (Fernández-Ardèvol *et al*., 2020), al punto che queste piattaforme funzionano da vero e proprio “contesto generazionale” (Mannheim, 1952) in cui si condividono «certi modi definiti di comportamento, sentimento e pensiero» (rispetto alle piattaforme), basati nelle esperienze che si vivono durante la gioventù (p. 291). Così, le pratiche culturali e comunicative diventano parte costitutiva del processo di definizione di una “generazione sociale” (Mannheim, 1952) e di distinzione tra fasce d’età diverse, non senza meccanismi stereotipanti basati su processi di differenziazione inter-gruppale (Comunello *et al*., 2020). Parimenti, anche condividere il coinvolgimento in un movimento sociale quando si è giovani crea un senso di comunione generazionale (Glasius e Pleyers, 2013). La partecipazione alla stessa ondata di proteste consente di mescolare le proprie esperienze di movimento al punto da divenire elemento identificativo di una vera e propria “generazione politica” (Whittier, 1997).

Dunque, quando si tratta di fare politica dal basso, le differenze fondamentali tra giovani e adultə non riguardano più necessariamente (o comunque non solo) gli approcci più o meno conflittuali (Winston, 2013) o i rapporti con la politica istituzionale (Fisher, 2012), ma hanno a che vedere con i vissuti dell’attivismo stesso e con le pratiche d’uso dei social media, che ormai marcano una vera e propria “distanza ideologica” tra le lotte giovanili e quelle delle generazioni precedenti (Liou e Literat, 2020). La letteratura sull’attivismo giovanile, peraltro, si è persa spesso questa sfumatura, in quanto si è concentrata alternativamente sulla diminuzione dell’impegno civico tradizionale tra ə giovani (sminuendo così il valore politico del loro attivismo online) o sul ruolo dei media digitali nell’auto-espressione politica giovanile (scollegando così l’attivismo online da altre forme e luoghi di partecipazione, Bennett, 2008; Kligler-Vilenchik e Literat, 2019). Questa visione binaria, a sua volta, riflette il più ampio dibattito intorno ai modelli di cittadinanza che, nella distinzione di Bennett (2008) tra cittadinə “diligenti” e “auto-realizzatə”, vede in opposizione le pratiche di partecipazione politica delle vecchie generazioni (che aderiscono alle organizzazioni della società civile o ai partiti, si affidano ai mass media mainstream per la ricerca di notizie e considerano il voto l’atto democratico per eccellenza) con quelle delle nuove (che privilegiano l’adesione individuale, l’engagement online, l’auto-espressione personale e la discussione intorno a questioni legate ai valori altrettanto personali).

In generale e fermo restando il ruolo fondamentale della famiglia, dell’amicizia e della scuola (Maher e Earl, 2017), l’uso dei social media produce risultati positivi sulla vita civica e politica deə giovani (Xenos, Vromen e Loader, 2014) in quanto facilita forme di “cittadinanza impegnata” (Earl *et*

al., 2017) tali per cui, attraverso il consumo e il remix di contenuti entro le reti peer-to-peer online (Cohen *et al*., 2012), essə prendono voce su questioni di loro interesse secondo la logica tipica del social networking (Ito *et al.*, 2009; Kahne, Lee e Feezell, 2011). Su queste piattaforme ə giovani condividono informazioni, opinioni ed emozioni, provocano le istituzioni, agitano folle e chiamano all'azione di piazza (Kahne *et al*., 2016). Attraverso immagini e hashtag si connettono a un pubblico immaginario che la pensa come loro (Literat e Kligler-Vilenchik, 2019). Si tratta di una forma di impegno imperniata sull'auto-espressione (Bennett, 2012), che attinge alla cultura partecipativa tipica dei social media. Le affiliazioni sociali e le pratiche culturali che ə giovani sperimentano su queste piattaforme acquistano valore politico perché, attraverso la creazione di contenuti creativi e collaborativi, ne potenziano l'espressività e la indirizzano verso obiettivi civici (Jenkins *et al*., 2016). In sostanza, ə giovani socialmente e culturalmente attivə in questi ambienti diventano politicamente impegnatə (Jenkins, Ito e boyd, 2015). Definiscono la propria agenda politica sulla base di ciò che esprimono e scambiano entro le reti interpersonali online, che finiscono per essere sia fonti di informazione sia canali di circolazione (Hao *et al.*, 2014). Non è un caso che gli studi sull'attivismo giovanile pongano una forte enfasi sullo storytelling personale e collettivo (Jenkins *et al*., 2016): questa pratica, particolarmente prolifica negli ambienti digitali, attiva un senso di «partecipazione collettiva e creativa entro uno spazio culturale che è più grande dell'individuo» (Vivienne, 2016, p. 12).

In definitiva, l'approccio situato e prasseologico agli usi politici bottom-up dei social media, letto in combinato disposto con la letteratura sulla cultura partecipativa che dà forma all'attivismo digitale giovanile, fornisce un kit di strumenti concettuali utili a comprendere in modo integrato le pratiche di lotta online e offline deə "Fridays". Poiché questo framework privilegia i processi di costruzione di senso legati all'uso politico delle piattaforme da parte deə giovani, il nostro lavoro arricchisce l'analisi in quanto considera anche l'interferenza del vissuto legato alla vertenza politica per cui si mobilitano, esaminando in che modo la percezione del cambiamento climatico influisce sulle pratiche di lotta al punto da renderle identificative del movimento.

2. Disegno della ricerca

2.1. Scelte metodologiche

Nel disegnare questa ricerca, abbiamo aderito al paradigma interpretativo che mette al centro sia le esperienze soggettive deə partecipanti (Smith, 1983)

sia l'analisi critica e riflessiva deə ricercatorə (Morse, 1994, 2017). Tale paradigma valorizza, infatti, la comprensione dei fenomeni sociali insistendo sull'importanza della ricerca qualitativa per cogliere i processi di sense-giving degli individui, valorizzando da un lato la prospettiva emica di chi partecipa alla ricerca, e dall'altro la responsabilità di chi la conduce, da cui dipende in definitiva la scelta di quali dati elaborare, come farlo e quali risultati (rap)presentare (ibid.). Abbiamo quindi adottato una metodologia qualitativa che ci consentisse di essere flessibili e interattive (Maxwell, 2008), onde poter cogliere la dimensione relazionale dell'attivismo giovanile per il clima sui e oltre i social media, nonché gli atteggiamenti, le percezioni e le credenze deə attivistə di FridaysForFuture-Roma legate sia alla giustizia climatica sia all'esperienza tecnopolitica. Abbiamo deciso di focalizzarci sul gruppo romano di FridaysForFuture Italia non solo per motivazioni di natura pratica (viviamo e militiamo entrambe nel territorio della capitale), ma anche e soprattutto per ragioni legate ai temi della ricerca. Si tratta, infatti, di una delle sezioni più grandi ed attive di FridaysForFuture in Italia la quale, per la sua collocazione strategica, si trova spesso a mediare tra le necessità politiche e pratiche culturali deə attivistə di nord e sud Italia, permettendoci così di osservare e comprendere meglio le logiche e dinamiche di engagement e protesta dell'intera rete. Inoltre, la capitale ospita la sede di molte delle aziende contestate dal movimento, nonché delle istituzioni pubbliche a cui si rivolge, risultando così spesso un contesto privilegiato per le attività di politica dal basso (e, dunque, anche per la loro analisi).

Nello specifico, abbiamo impostato una ricerca qualitativa "multimethod" (Morse, 2003; Anguera *et al*., 2018) intesa come la combinazione di diverse tecniche utili a rispondere a più domande di ricerca che afferiscono ad un unico studio (Bergman, 2007), privilegiando le sole tecniche qualitative (Hesse-Biber *et al*., 2015).

In questo modo, abbiamo evitato il disgiungimento tra i contesti di azione sociale, i significati negoziati collettivamente e le esperienze individuali.

Da un lato, abbiamo svolto "etnografia multimodale" (Dick, Soyinka e Coffey, 2006) combinando osservazione partecipante ed etnografia digitale onde valorizzare la diversità e la complementarità dei significati che emergono da diversi contesti di osservazione/interazione attraverso una registrazione multimediale dei dati. L'osservazione partecipante serve a comprendere e interpretare le azioni (di protesta e non) e i significati ad esse associati (Emerson *et al*., 2007; Madden, 2010) mentre l'etnografia digitale arricchisce la visuale, mettendo in luce il rapporto di influenza reciproca tra cultura e tecnologia (Murthy, 2008; Pink *et al*., 2016). La combinazione di queste attività etnografiche ci ha consentito quindi di mappare le pratiche dell'attivismo offline e online, osservando e interagendo direttamente con

ə attivistə nei loro ambienti naturali per un periodo sufficientemente prolungato di tempo, sfruttando la ricchezza di informazioni raccolte attraverso diversi mezzi (multimedialità della raccolta dati) e in diversi ambienti (multimedialità del campo, Dick, Soyinka e Coffey, 2006). Dall'altro lato, abbiamo svolto dei focus group online che ci hanno permesso di conoscere in profondità gli atteggiamenti, le opinioni e i processi di sense-giving (sia espliciti che impliciti) deə attivistə entro il dispiegarsi delle loro interazioni (Stewart e Shamdasani, 2014). La scelta del focus group online, dettata dalle restrizioni imposte dall'emergenza sanitaria da COVID-19, è risultata efficace per intercettare, motivare, disinibire e stimolare la partecipazione deə giovani, ormai avvezzə a incontrarsi negli ambienti digitali (Zwaanswijk e van Dulmen, 2014; Lijadi e van Schalkwyk, 2015). La modalità simultanea ha inoltre garantito un livello di dinamismo e immediatezza prossimo a quello dei focus group svolti in persona, grazie al senso di facilità d'uso e informalità insito nella comunicazione estemporanea digitale (Fox *et al.*, 2007; Liamputtong, 2011; Matthews *et al.*, 2018). Sebbene i focus group asincroni avrebbero sollecitato risposte più ragionate perché maturate in un arco di tempo dilatato (Hansen e Hansen, 2006; Liamputtong, 2011), la discussione in tempo reale ha evitato di trasmettere una sensazione di "compito a casa" aə partecipanti, assicurando così spontaneità ed autenticità dei dati (Stewart e Shamdasani, 2017). Per di più, i supporti audio-visivi hanno facilitato la registrazione dei segnali della comunicazione nonverbale, il coinvolgimento immediato delle persone poco partecipi e l'approfondimento estemporaneo di tematiche o passaggi controversi (Kite e Phongsavan, 2017; Daniels *et al.*, 2019).

Nel concreto, da luglio 2020 a gennaio 2021, ci siamo inserite nel collettivo e abbiamo partecipato alle attività, seguendo il gruppo romano di FridaysForFuture nei luoghi in cui, di volta in volta, si riuniva o protestava. Abbiamo raccolto le fieldnote durante le assemblee in presenza, su Zoom e durante le proteste, avvalendoci di supporti cartacei, digitali e vocali. In questo abbiamo adottato l'approccio "participating-in-order-to-write" proposto da Emerson e colleghə (1995), che appunto valorizza il processo di scrittura diretta e immediata durante il lavoro di campo. Successivamente, abbiamo organizzato le fieldnote in un Google Doc condivo raccogliendole in tre colonne: 1) iscrizioni e trascrizioni di eventi e interazioni significative a cui abbiamo assistito (Atkinson, 1992); 2) commenti, impressioni e interpretazioni (i.e., "*asides*" e "*focused commentaries*", Emerson *et al.*, 1995); 3) considerazioni personali più analitiche (i c.d. "*memo in-process*", ibidem).

Nello stesso periodo abbiamo preso parte all'omonimo gruppo WhatsApp "FridaysForFuture-Roma" che al tempo contava circa 200 membri e funzionava da front-office del collettivo per coloro che vi si avvicinavano per la

prima volta. Abbiamo considerato WhatsApp come un ambiente di supporto, dove la costruzione della conoscenza, dell'identità e l'azione connettiva avvengono simultaneamente (Lyons, 2020), e dove ə utenti condividono informazioni ed emozioni, negoziando i significati legati all'uso della piattaforma stessa e alla vertenza politica. Abbiamo così tracciato le pratiche mediali in situ e in tempo reale (Reeves *et al.*, 2019), catturando attraverso gli screenshot (272 in totale) scambi fugaci, ma significativi sia per ə utenti stessə sia per la ricerca (Kaufman e Peil, 2020). Così facendo, abbiamo riconosciuto l'uso pratico degli strumenti digitali per la cattura organica dei dati (Haines, 2017), ricorrendo agli screenshot sia come "evidenze preziose con funzioni pratico-ordinarie e sociali" (Jaynes, 2019), sia come metodo di raccolta che assicura "dati raffinati" (Chiatti *et al.*, 2018). Gli screenshot forniscono, infatti, una registrazione delle esperienze digitali arricchita di «particolari che definiscono la significatività delle pratiche mediali degli individui», funzionando così da "inquadratura di quinta" nel processo di indagine (Reeves *et al.*, 2019, p. 15).

Infine, tra dicembre 2020 e gennaio 2021 abbiamo condotto quattro focus group su Meet con 5/6 attivistə per gruppo, di età compresa tra i 13 e i 26 anni. Ogni gruppo era equilibrato sia dal punto di vista del genere sia dell'età: due gruppi erano composti da ragazzi e ragazze adolescenti, studentə delle scuole superiori, con diversi background socioeconomici e di attivismo politico; gli altri due gruppi comprendevano ragazzə ventenni, studentə universitariə e lavoratorə precariə, anch'essə con diversi background socio-economici ed esperienze di attivismo politico. La traccia dell'intervista era strutturata intorno a due principali dimensioni d'indagine: le rappresentazioni sociali del climate change e le pratiche d'uso dei social media. Essa prevedeva: 1) libera associazione di idee sul cambiamento climatico (da scrivere simultaneamente nella chat della stanza Meet) per mappare il posizionamento deə partecipantə sul fenomeno e i meccanismi di ancoraggio e oggettivazione; 2) discussione collettiva su alcune immagini polisemiche (prese dalla pagina Instagram di FridaysForFuture-Roma) al fine di identificare elementi centrali e periferici delle rappresentazioni sociali (*cfr.* Fig. 3) ; 3) scambio di opinioni sugli usi dei social media da parte deə partecipantə in quanto attivistə di FridaysForFuture (includendo MIM e SNS) con lo scopo di far emergere norme e credenze correlate.
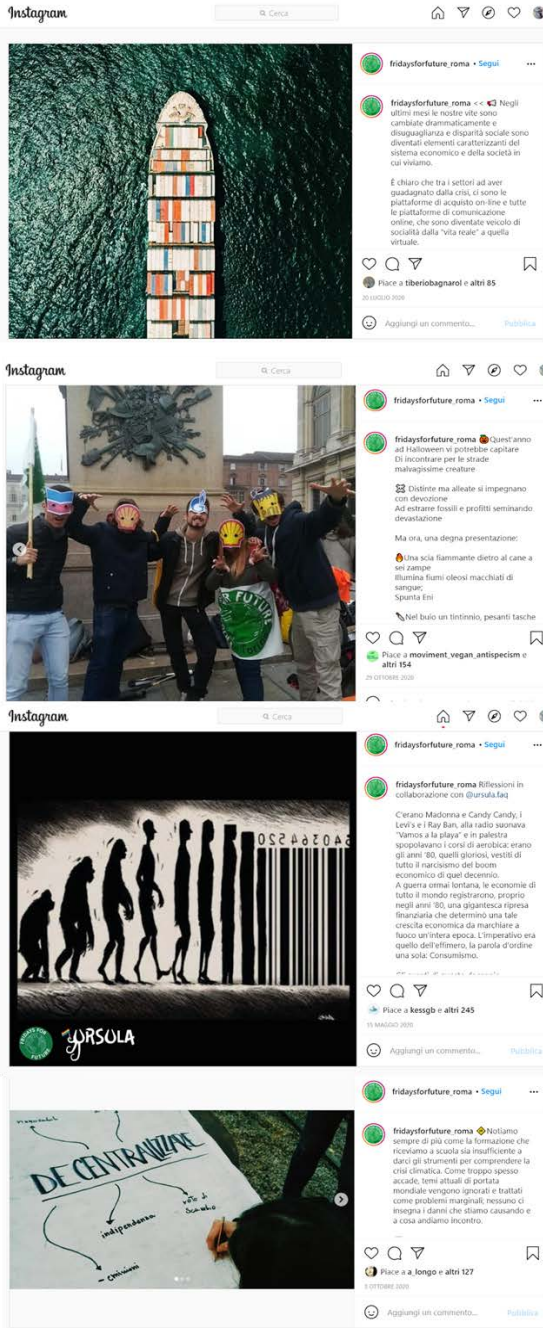
Fig. 3 – Immagini polisemiche usate durante i focus group

Tab. 1. Temi e interrelazioni

<table>
<tr><td>1-gen. Il cambiamento climatico è una crisi sistemica socio-ecologica che riguarda tutto e tuttə</td><td rowspan="2">3-gen. Il climate change come problema “in-comune” e l’attivismo digitale come connettivo e reticolare si implicano e definiscono a vicenda (l’uno è tale in quanto negoziato dentro l’altro; l’altro è tale perché orientato verso l’uno)</td></tr>
<tr><td>2-gen. I social media sono ambienti e strumenti di lotta (tra gli altri) che interconnettono tuttə</td></tr>
<tr><td>1-spec. Il cambiamento climatico è un problema generazionale che pagheranno soprattutto ə giovani</td><td rowspan="2">3-spec. Il climate change come problema generazionale e l’attivismo digitale come pratica di lotta soprattutto di/per ə giovani si implicano e definiscono a vicenda (l’appropriazione generazionale della vertenza avviene nella definizione generazionale delle piattaforme, e viceversa)</td></tr>
<tr><td>2-spec. I social media sono ambienti e strumenti de/per ə giovani</td></tr>
</table>

Tutto il materiale raccolto è stato elaborato in un unico processo di codifica circolare e iterativo, informato a una logica abduttiva che superasse l’opposizione binaria deduzione/induzione e valorizzasse, piuttosto, la nostra “scommessa” interpretativa (Peirce, 1935). Infine, abbiamo raggruppato i codici per temi (i.e., “analisi tematica”, Braun e Clarke 2006; Guest *et al.*, 2011) che ci consentissero non solo di sistematizzare i dati e descrivere il fenomeno di nostro interesse, ma anche e soprattutto di interpretarlo (Boyatzis, 1998). La Tab. 1 sintetizza graficamente nella prima colonna i due temi (in rapporto di genere a specie l’uno con l’altro) che abbiamo identificato per ciascuna delle due “esperienze” raccontate in questo libro (da un lato, come ə attivistə di FridaysForFuture si vivono e combattono il cambiamento climatico, *cfr.* Temi 1-gen e 1-spec; e, dall’altro, come usano e percepiscono i social media, *cfr.* Temi 2-gen e 2-spec) e li mette in relazione nella seconda colonna, dando così conto del modellamento reciproco tra le due esperienze (*cfr.* Temi 3-gen e 3-spec), su cui questo libro prova a fare chiarezza.

2.2. Postura epistemica

Le scelte metodologiche illustrate nel paragrafo precedente rispondono all’esigenza di svolgere una ricerca che abbiamo volutamente progettato e implementato come “impegnata”, solidale dunque con ə attivistə di Fridays-ForFuture-Roma e la loro lotta per la giustizia climatica. In questo, abbiamo privilegiato il “paradigma trasformativo” proposto da Mertens (2007) che radica la ricerca nel coinvolgimento diretto deə partecipanti, secondo una

prospettiva emica e con aspirazioni di trasformazione sociale. Questo paradigma mutua dal costruttivismo sociale l'idea che esistano diverse realtà plasmate da valori sociali, politici, culturali ed economici, e che i fattori differenziali (etnia, genere, disabilità, etc.) influiscano sulla percezione di cosa sia la realtà stessa. La produzione di conoscenza viene ad essere così socialmente e storicamente situata, e richiede una relazione interattiva e fiduciaria tra ricercatorə e parti interessate. Ne consegue, da un lato, che l'inclusione di metodi qualitativi dialogici sia fondamentale in quanto abilita tale legame interattivo e consente di adattare in itinere le pratiche di ricerca alla complessità culturale, ai momenti storici e alle relazioni di potere in campo; dall'altro lato, che l'impianto assiologico e le considerazioni etiche che sovrintendono a tali pratiche di ricerca si basino sul rispetto e sulla promozione dei diritti umani, mirando all'aumento della giustizia sociale.

In sostanza, questa postura epistemica riscatta il "ruolo civico" (McAteer e Wood, 2018) della ricerca e, perché no, dell'università, basandosi sulla convinzione che la produzione di conoscenza sia un «progetto intellettuale, cognitivo e morale, spesso accidentato, mai completo ma utile» in quanto può «espandere e migliorare le condizioni per la giustizia [sociale]» (Tuhiwai-Smith, 2016: 171). In questo senso, ci riagganciamo a quella visione "organica" anziché "professionale" dell'intellettuale già proposta da Gramsci (1975), secondo cui la conoscenza ristagna se limitata alla dinamica della mera trasmissione di sapere fine a sé stesso, e deve piuttosto contribuire al cambiamento sociale, schierandosi e denunciando i problemi sociali. Come osservato da Mahlomaholo e Netshandama (2010), infatti, l'attività di stampo intellettuale non può prescindere dall'impegno politico poiché la creazione e distribuzione di conoscenza devono facilitare la trasformazione sociale e la democratizzazione della conoscenza stessa. Nel caso della giustizia ambientale, peraltro, secondo Batel e colleghə (2016) spetterebbe proprio alle scienze sociali (e in particolare alla teoria delle rappresentazioni sociali) dare conto della processualità e degli impegni che la creazione di una società più sostenibile richiede.

Abbiamo così aderito alla proposta di "scholarship of engagement" di Boyer (1996) intendendo il nostro lavoro come un impegno con il movimento e la società, ispirato ai valori della reciprocità e collaborazione. Questo modello promuove un'idea di ricerca che incorpori pratiche di coinvolgimento civico già nella produzione stessa della conoscenza, di modo che l'intellettuale comunichi e lavori per e con le comunità di riferimento. Per questo, abbiamo portato e speso il nostro bagaglio sociale, culturale, politico e teorico (Gerlach, 2018) all'interno del collettivo di FridaysForFuture-Roma, mettendo a valore, sia nella ricerca sia nella lotta per la giustizia climatica, le nostre biografie liminali di ricercatrici e attiviste. Tuhiwai-Smith (2016) ci

definirebbe come "ricercatrici ai margini" che affrontano le tensioni tra il mondo accademico e l'impegno per la giustizia sociale e cognitiva, mediando tra l'integrità e le aspettative della comunità sociale con/per cui si lavora, e il rigore e i protocolli della comunità scientifica entro/presso cui si lavora. A noi piace definirci "ricercatrici ai fianchi" o, meglio ancora, "*asider*" che provano ad accompagnare le rivendicazioni del movimento in termini di solidarietà e servizio, superando così l'opposizione binaria immersione versus distacco, *insider* versus *outsider* che spesso influisce sulle scelte metodologiche ed epistemologiche, e contaminando i protocolli universitari di ricerca con nuove prassi. In questo, va detto, l'atteggiamento critico ma poroso che ə attivistə di FridaysForFuture-Roma dimostrano nei confronti della produzione di conoscenza e della politica dal basso è stato d'insegnamento. Abbiamo potuto infatti capitalizzare (con loro e in questo libro) consapevolezze culturali e politiche derivanti dal nostro percorso accademico e dalle nostre esperienze di lotta, mettendo così in discussione concezioni e pratiche paternalistiche sia della ricerca (Kovach, 2009) sia dell'attivismo (Krusz *et al.*, 2019).

In concreto, abbiamo preso parte alle attività del collettivo romano di FridaysForFuture durante e dopo il lavoro di campo, ingaggiandoci nella logistica e organizzazione delle proteste, condividendo contatti personali e apportando conoscenze specialistiche, know-how e riflessioni alle discussioni assembleari quando pertinenti o richieste. A dicembre 2021 abbiamo poi organizzato un incontro di restituzione presso la Città dell'Altra Economia (uno spazio romano che supporta e sperimenta circuiti economici alternativi ispirati alla solidarietà, al rispetto ambientale e alla responsabilità sociale) come parte delle attività di FridaysForFuture-Roma (che già più volte aveva svolto iniziative lì per affinità di obiettivi e valori). Lo abbiamo svolto in modalità mista (alcune persone partecipavano su Meet mentre altre erano presenti in sala) per allargare la partecipazione e abbiamo applicato le regole di gestione assembleare tipiche di FridaysForfuture-Roma per facilitare l'interazione. In quella sede abbiamo condiviso i principali risultati della ricerca e alcune considerazioni analitiche che potessero aiutare ə attivistə a capire come amplificare l'eco delle loro rivendicazioni (ad esempio, migliorando il rapporto con ə giovanissimə delle scuole medie superiori, o con ə lavoratorə di aziende e uffici istituzionali), onde consolidare sia la legittimazione sociale della vertenza climatica sia la soggettivazione politica di FridaysForFuture. Problematizzando con loro punti di forza e debolezze del movimento, siamo anche riuscite ad aprire una discussione sull'efficacia delle pratiche di lotta (sui social media e oltre) nonché sulla coerenza delle direttrici tematiche intorno a cui si articola il posizionamento rispetto al cambiamento climatico.

Questo set di pratiche di ricerca si è basato sul presupposto assiologico

che essa non sarebbe stata eticamente sostenibile se non avesse rispettato e non si fosse impegnata a migliorare la realtà di chi vi ha preso parte. Non sentivamo solo obblighi etici verso il mondo accademico ma anche una "responsabilità relazionale" verso il movimento (Gerlach, 2018). I protocolli etici che hanno guidato la nostra ricerca sono quindi stati disegnati e applicati di conseguenza. Abbiamo così aderito alla proposta di Nairn e colleghə (2020) di ridefinire le procedure di raccolta del consenso informato, superando la mera "disponibilità a essere coinvoltə" (manifestata tradizionalmente dalla firma di moduli di consenso informato da parte deə partecipanti) e prediligendo una effettiva "volontà a prendervi parte". Per questo, abbiamo attivato e nutrito un legame genuino e interattivo con ə attivistə di FridaysForFuture-Roma prima ancora che acconsentissero a prendere parte alla ricerca, per introdurla, spiegarla e promuoverne una appropriazione politica entro un rapporto di fiducia che eccedesse le logiche accademiche della ricerca. Seguendo la concettualizzazione del consenso come iterativo, reciproco, volitivo e rispettoso proposta dal team di Nairn (ibid.), abbiamo quindi spalmato la raccolta del consenso informato nel tempo e attraverso modalità diversificate che tenessero conto della complementarità tra individualità e collettività, propria dei collettivi politici, e che saldassero la discrepanza tra consenso "formalizzato" ed "etica quotidiana" (Busher e Fox, 2019). Nello specifico, per quanto riguarda le attività etnografiche, ci siamo assicurate a più riprese la volontà collettiva e individuale (espressa sia tacitamente che esplicitamente) deə attivistə di parteciparvi, mentre per i focus group abbiamo raccolto il consenso esplicito, scritto e individuale di coloro che abbiamo reclutato (e anche deə loro genitorə, nel caso di minori). Peraltro, per calendarizzare le attività di campo e anticipare quelle di restituzione in programma, abbiamo presentato una proposta "esterna" al collettivo, come sono solite fare persone e organizzazioni sociali che richiedono la partecipazione di FridaysForFuture-Roma alle loro iniziative.

Parallelamente, su WhatsApp ci siamo presentate all'inizio della ricerca, quando siamo state aggiunte al gruppo "FridaysForFuture-Roma" da unə deə amministratorə del gruppo, che ci ha anche autorizzato formalmente a raccogliere gli screenshot. Questo protocollo etico per la raccolta dei dati in tempo reale sulle MIM è già stato utilizzato da altrə autoriə nelle loro ricerche (Verheijen e Stoop, 2016). Dopo qualche mese, abbiamo mandato un ulteriore messaggio in chat, ricordando obiettivi e metodi della ricerca in corso e invitando i membri a sollevare eventuali obiezioni o dubbi. Non abbiamo ricevuto riscontri (tacito assenso collettivo).

Per quanto riguarda i focus group, infine, abbiamo predisposto un modulo di consenso informato dove illustravamo obiettivi della ricerca, modalità di partecipazione, finanziamenti, regime di protezione dei dati sensibili, attività

di disseminazione e comunicazione previste, e benefici auspicati. Questo documento è stato inviato via e-mail a e firmato daə partecipanti, anche quando minorenni. Infatti, abbiamo inserito un doppio spazio per la firma cosicché anche loro (e non solo ə loro genitorə o tutorə legali) potessero sottoscrivere la propria partecipazione alla ricerca: l'intenzione era equiparare il loro coinvolgimento a quello deə adultə e non minimizzare la loro facoltà decisionale o la loro voce all'interno della ricerca (Fargas-Malet *et al.*, 2010). In modo analogo abbiamo proceduto anche per le attività etnografiche lì dove coinvolgevano minori: abbiamo chiesto la firma di uno specifico consenso informato (loro e deə genitorə o tutorə legali) per l'utilizzo di estratti di conversazioni online e offline in cui compaiono (Einarsdóttir, 2007). Il consenso informato, così, ha smesso di essere uno strumento prettamente burocratico e ha funzionato da leva per il riconoscimento sia della nostra professione di ricercatrici sia dell'agentività politica giovanile.

Ovviamente, a garanzia della privacy deə partecipanti, abbiamo anonimizzato le fieldnote e le trascrizioni scritte dei focus group (assegnando a ciascunə partecipante dei codici alfanumerici casuali, composti da lettere maiuscole, età quando nota, e genere). Abbiamo inoltre anonimizzato gli screenshot seguendo il protocollo di Lyons (2020), cioè oscurando i nomi e altre informazioni identificative. Questa operazione, peraltro, è conforme anche alle norme etiche che, secondo Jaynes (2019), regolano la circolazione degli screenshot tra giovani utenti.

2. Rappresentazioni sociali del cambiamento climatico

Questo capitolo analizza il modo in cui ə attivistə di FridaysForFuture-Roma percepiscono il cambiamento climatico.

Esso si struttura intorno alle due principali rappresentazioni sociali che coesistono nel movimento, secondo cui il cambiamento climatico è sia una crisi sistemica che un problema generazionale. Si tratta di due rappresentazioni "emancipate" (Moscovici, 1988; Ben-Asher, 2003) in rapporto di genere a specie l'una con l'altra, le quali costituiscono una rielaborazione della rappresentazione egemonica propria della comunità scientifica secondo cui il cambiamento climatico è causato dalle attività antropiche e produce effetti negativi (Jaspal *et al.*, 2014). Stante tale posizionamento sullo sfondo, ə "Fridays" si vivono il cambiamento climatico anzitutto come un problema che accomuna tutte le specie viventi, che arriva da lontano e ha effetti sul futuro, e che, dunque, riguarda tuttə e ciascunə in quanto abitanti del pianeta, responsabili per le scelte economico-politiche fatte finora e per quelle da intraprendere.

Il primo paragrafo dà quindi conto dei processi di sense-giving che avvengono tra ə attivistə di FridaysForFuture-Roma a partire da un senso di appartenenza che potremmo definire "socio-ecologica": essere umanə, infatti, implica pensarsi in relazione sia all'ambiente naturale (e alle specie vi abitano) che alla società contemporanea (e al suo sistema politico ed economico); questo orienta il modo in cui il cambiamento climatico viene vissuto e finanche combattuto da chi milita nel movimento. Allo stesso tempo, esso è inteso daə "Fridays" come un'emergenza i cui costi ambientali, sociali ed economici saranno pagati soprattutto daə giovani perché i danni accumulati finora hanno ripercussioni di lunga gittata e compromettono il loro futuro. Tale rappresentazione sociale specifica, dunque, la prima in quanto zooma sulle implicazioni della crisi climatica in prospettiva (inter)generazionale. Pertanto, il secondo paragrafo mette in luce le rappresentazioni sociali elabo-

rate a partire da tale senso di appartenenza generazionale che unisce ə attivistə: essere giovani orienta i loro processi di attribuzione di senso entro dinamiche e attraverso meccanismi specifici che si riverberano anche sulla costruzione dell'identità del movimento.

Il combinato disposto di questi due vissuti del cambiamento climatico (i.e., crisi sistemica socio-ecologica da un lato, problema generazionale dall'altro) restituisce un quadro interpretativo sfaccettato e sufficientemente esaustivo per comprendere quella che vorremmo chiamare l'"esperienza climatica" deə attivistə di FridaysForFuture-Roma, negoziata permanentemente all'interno del movimento, praticata nelle sue attività politiche e rilanciata con insistenza nel dibattito pubblico.

1. Una crisi sistemica socio-ecologica

1.1. Un problema sovraindividuale e intersezionale

Avvicinandosi alle assemblee o agli strike di FridaysForFuture-Roma salta subito all'occhio che il cambiamento climatico è percepito come una crisi diffusa e pervasiva, che riguarda tuttə e ciascunə e invade ogni ambito della vita umana. Per questo motivo, ə attivistə ritengono necessario che le istituzioni, le aziende e i singoli individui trattino questo problema come una questione di giustizia sociale che include ma eccede i problemi ambientali.

Questo è il "contenuto" (Le Bouedec, 1984; Contarello *et al.*, 2007) di quella che consideriamo la rappresentazione sistemica e socio-ecologica del cambiamento climatico propria deə "Fridays". Se «l'obiettivo è salvare il pianeta, [...] abbiamo bisogno di tuttə!» ([C14f], assemblea in presenza, 04/09/2020). D'altronde, non si può «concentrare la narrazione solo sulle azioni che può fare ciascuna persona singolarmente, [ma bisogna considerare anche] l'inazione delle istituzioni» ([G25f], focus group online, 11/12/2020). In altre parole, il contenuto di questa rappresentazione sociale include costitutivamente sia la dimensione individuale che quella collettiva della vita umana (e dunque, delle responsabilità in campo). Questa doppia "convocazione" appare chiaramente in un post Facebook condiviso su WhatsApp (*cfr.* Fig. 4) in occasione della designazione del pool tecnico adibito ad allocare i fondi stanziati dal Recovery Fund[1] in Italia.

[1] Il Recovery Fund è il programma europeo approvato nel luglio 2020 per supportare i Paesi UE nel superare la crisi provocata dal SARS-CoV-2, assicurando loro i fondi necessari per sostenere la ripresa economica (per un totale di 750 miliardi di euro). Esso comporta un inedito debito comune contratto da ventisette paesi europei che li indurrà a creare nuove tasse in vista del suo rimborso. Il Recovery Fund si inserisce all'interno del Next Generation EU,
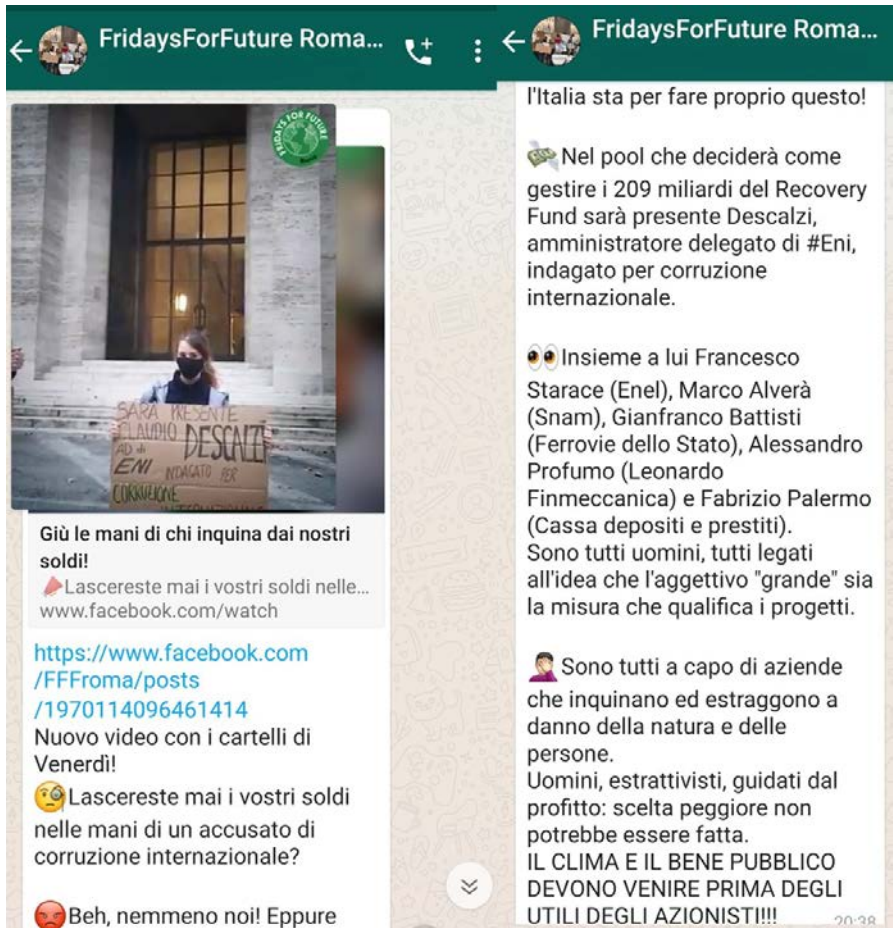
Fig. 4 – "Doppia convocazione" nella lotta climatica (contenuto rappresentazionale)

Nel post si voleva evidenziare che scegliere referenti di aziende inquinanti per gestire economicamente la crisi climatica è una contraddizione. Dal punto di vista comunicativo si è voluto dunque fare appello sia alle implicazioni sui risparmi deə singolə ("Lascereste mai i vostri soldi…?") che alla finanza pubblica (in quanto il clima è "bene pubblico" da anteporre agli interessi commerciali deə azionistə). In questo modo, la crisi climatica è diventata affare personale e politico, privato e pubblico allo stesso tempo.

Tale contenuto rappresentazionale mette anche in evidenza un legame

un piano strategico con orizzonti temporali di lungo termine, con l'obiettivo di guidare la transizione ecologica e digitale dell'Unione Europea.

indissolubile tra giustizia climatica e sociale, che implica e rafforza questa idea di pervasività della crisi e di responsabilità "diffusa". Lo abbiamo notato, per esempio, in una "chiamata alle armi" lanciata sul gruppo WhatsApp (*cfr*. Fig. 5): si invitavano tutti i membri a partecipare a una *tweetstorm*[2] per esercitare pressione sulle istituzioni europee chiamate a definire la soglia di riduzione delle emissioni di gas inquinanti. Il post si apriva chiarendo il motivo della call for tweets e il posizionamento del movimento rispetto al topic specifico ("Noi dovremmo puntare al 100%"); dopodiché, ə attivistə hanno precisato l'indissolubilità del legame tra giustizia climatica e giustizia sociale.
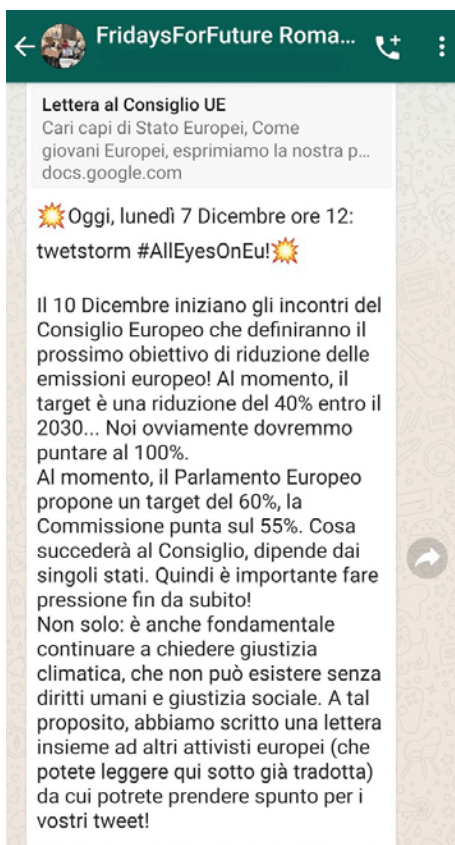
Fig. 5 – Call for tweets su riduzione delle emissioni europee (contenuto rappresentazionale)

[2] Come discuteremo più approfonditamente nel Capitolo 3, le *tweetstorm* sono azioni politiche online con cui ə attivistə twittano simultaneamente dai propri account personali lo stesso contenuto, provocando giornalistə o figure politiche rispetto a topic specifici, allo scopo di renderli di tendenza nelle discussioni pubbliche su Twitter.

Il legame tra disputa ecologica e sociale è emerso chiaramente anche durante i focus group. È ormai consolidata tra ə "Fridays" l'idea che «quando si parla di cambiamento climatico si parla anche di sistema economico, di territori e soggetti che vivono in disuguaglianze causate dalla questione climatica, che è [quindi] una questione sistemica» ([H23m], focus group online, 11/12/2020). Secondo [J24m], la lotta di FridaysForFuture si annoda ad altre lotte, come quella transfemminista, perché «richiede un cambio del sistema economico-finanziario e [di quello] sociale, che è il sistema capitalista, che è quello che sfrutta le donne e i territori allo stesso modo» (ibid.). Secondo lui, «sarebbe stato miope continuare a fare ecologismo [...] guardando soltanto alla questione ambientale». Il cambiamento climatico, insomma, attiva immediatamente neə "Fridays" una lettura politica intersezionale del problema, che tiene insieme lotte diverse a partire dalla contestazione comune della logica di sfruttamento, sia esso esercitato sulle risorse naturali o sugli esseri umani. Infatti, in occasione di due manifestazioni lanciate dal gruppo italiano di BlackLivesMatter (un movimento internazionale antirazzista in difesa delle comunità nere) e da NonUnaDiMeno (un movimento femminista italiano contro la violenza di genere), un'attivista ha proposto sul gruppo WhatsApp di prendere parte a questi eventi, esprimendo solidarietà con queste lotte in quanto intimamente connesse alla lotta per il clima.

Pertanto, la rappresentazione egemonica della comunità scientifica, secondo cui il cambiamento climatico è causato dalle attività antropiche e genera effetti nefasti sul pianeta (Jaspal *et al.*, 2014), trova una declinazione in chiave socio-politica nella rappresentazione emancipata deə attivistə di FridaysForFuture, tale per cui il cambiamento climatico è inteso come lotta al sistema che sottende a tali attività antropiche e che ne sovrintende le logiche di funzionamento. A riguardo si è espresso chiaramente [U18m], secondo cui «l'ambientalismo senza anticapitalismo è giardinaggio [...]; la lotta per la giustizia climatica è [...] critica a una certa forma di sistema, a un certo modello di società [e] di sviluppo» (focus group online, 06/03/2021). È proprio intorno a questo posizionamento che si avvita l'identità di FridaysForFuture: si distingue dai movimenti ambientalisti/ecologisti che lo hanno preceduto perché supera le azioni dei singoli individui e rilancia piuttosto su un "piano d'azione" collettivo.

> Non [basta] solo [usare] la borraccia o [fare] la raccolta differenziata per salvare il mondo. Questa sembra una cosa banale, scontata, ma in realtà [...] i movimenti ambientalisti prima di Fridays[ForFuture] facevano questo ([K22f], evento pubblico online, 09/12/2020).

In sostanza, "essere Fridays" significa non fermarsi a discutere di riscaldamento globale o di comportamenti eco-friendly (come, in effetti, conferma

lo studio di Zamponi *et al.*, 2022) ma concepire il climate change come un problema di giustizia sociale, con una postura antisistemica che inevitabilmente mette in rete le lotte. Si costituisce così un soggetto collettivo che si definisce a partire da questa visione comune e indiscussa del cambiamento climatico (Duveen, 2001), la quale retroagisce sul processo di costruzione identitaria del movimento marcandone i confini simbolici (Wagner *et al.*, 1999; Jaspal e Breakwell, 2014). Nelle parole di [D17f]:

> Fridays[ForFuture] chiede uno switch mentale. Questa cosa riguarda tuttə, riguarda [...] l'ecosistema, noi umanə appunto [...], perché [...] sentirsi parte di un problema che va risolto supera ogni tipo di barriera, di tipo etnico, sociale... In realtà, questi temi sono legati tra loro dal fatto che questa cosa ci riguarda tuttə e, quindi, l'uguaglianza [che è implicita] dentro questo "tuttə" secondo me è legata al cambiamento climatico; appunto, per lo switch che attivarsi [...] comporta ([D17f], focus group online, 07/03/2021).

Lo "switch mentale" è richiesto sia dal movimento che dalla crisi climatica stessa, e annoda l'identità del primo alla rappresentazione sociale della seconda. In quanto "ecosistemica", la crisi climatica livella le differenze, abbassa le "barriere" e mette in rete le battaglie, esattamente come fa FridaysForFuture. Questo è ciò che lo rende riconoscibile come movimento; e questo è ciò che del movimento "piace" o comunque colpisce. Come raccontava [F23m] durante un focus group (online, 07/12/2020), quando è arrivato in FridaysForFuture, ha scoperto «l'eterogeneità nei modi di vivere l'attivismo perché [le persone che vi partecipano] vengono da differenti realtà, [...]: c'è chi si sofferma sulla natura chi sulle diseguaglianza». Lui rimase «meravigliato» proprio perché «una totale diversità di persone che, però, stanno facendo la stessa cosa».

Tuttavia, questa porosità del movimento lascia margini interpretativi sfumati e può dar luogo a conflitti di sense-making in merito a fin dove e come tessere alleanze. Un caso che ci è sembrato emblematico è rappresentato dagli scambi avvenuti sul gruppo WhatsApp in merito alla figura del Papa e alla relazione di FridaysForFuture con la Chiesa cattolica. In discussione in questi scambi non è tanto la posizione di Papa Francesco rispetto alla crisi climatica (giacché si è pubblicamente schierato in termini di urgenza a intervenire per contrastarla) quanto il posizionamento del movimento rispetto alle fonti informative e alle forme di networking. Nel contestare la pertinenza degli articoli pro-ecclesiastici del quotidiano Avvenire, condivisi da uno dei membri, si ribadisce che FridaysForFuture si basa sulla scienza (e non sulle convinzioni religiose) per lottare contro la crisi climatica (*cfr.* Fig. 6). In questa discussione prende così forma l'identità del movimento in quanto laico, apar-

titico e schierato al fianco di soggetti che la Chiesa cattolica invece non sempre protegge (ad esempio, la comunità LGBTQIA+, *cfr*. Fig 7). Le critiche mosse a un membro del gruppo, ai suoi stili comunicativi e alle sue fonti informative finiscono per perimetrare chi sono ə "Fridays" e come combattono per il clima.
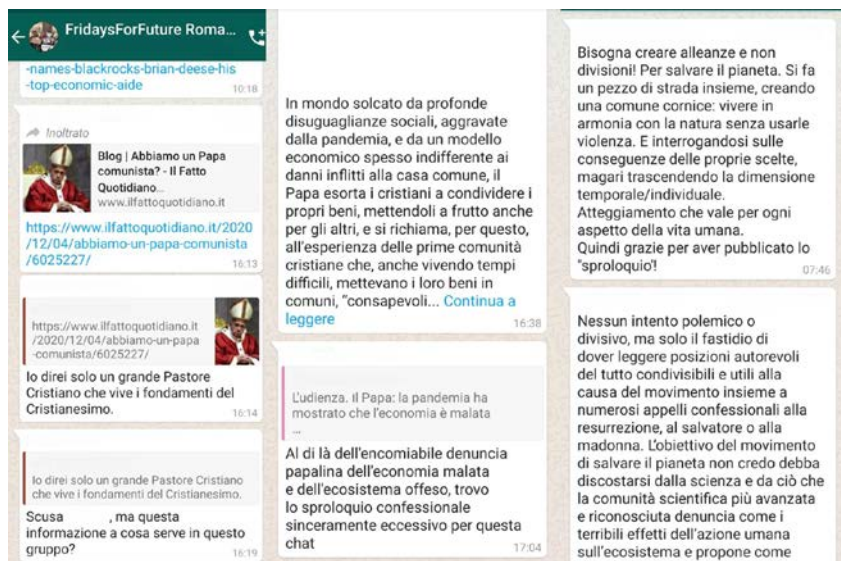
Fig. 6 – La disputa sul Papa e la negoziazione dei confini identitario-ideologici del movimento

Fig. 7 – Negoziazione sull'identità del movimento

1.2. Conflitto politico e (in)formazione vernacolare

Spingendoci ai “confini” del posizionamento di FridaysForFuture rispetto al climate change, abbiamo rilevato che il “campo rappresentazionale” (Le Bouedec, 1984; Contarello *et al*., 2007) è organizzato principalmente lungo due assi, la politica e la (in)formazione, ciascuna delle quali si polarizza intorno alla coppia oppositiva bottom-up versus top-down e, di lì, illustra anche l’“atteggiamento”, propositivo versus polemico, della rappresentazione stessa. Per comprendere questa modellizzazione, riportiamo alcuni interventi di [M20m], il quale si è pronunciato più volte in assemblea sulla necessità di prendere coscienza sul carattere emergenziale della crisi climatica, sia come criterio di organizzazione delle azioni di protesta, sia come discorso da promuovere pubblicamente. Il suo atteggiamento è stato critico tanto nei confronti di policy pubbliche inadeguate rispetto all’emergenza (politica top-down) come di azioni di protesta troppo vaghe (politica bottom-up); in altri momenti, è stato speranzoso rispetto alla possibilità di programmi d’intervento adeguati (politica top-down) o si è fatto promotore di azioni di protesta allargate a tutte le realtà interessate (politica bottom-up). Ad esempio, secondo lui, una biciclettata accompagnata dallo slogan “Stanno usando male i nostri soldi!” non trasmetteva abbastanza «paura o pericolo imminente» (assemblea online, 07/12/2020); inoltre, ha sostenuto che «trattare ogni crisi come una crisi» significa anche poter avanzare richieste e proposte «più drastiche che solo in occasioni di emergenza possono essere prese in considerazione» (assemblea online, 07/09/2020), onde ottenere interventi politici concreti anche nell’immediato. In tutte queste circostanze, [M20m] ha definito il cambiamento climatico come crisi che investe tutto e tuttə (contenuto), posizionandola semanticamente nel campo politico.

Questo continuum tra polemica e propositività lo troviamo anche lungo l’asse della (in)formazione, come si nota dagli scambi avvenuti su WhatsApp (*cfr*. Fig. 8) in occasione della votazione della riforma della Politica Agricola Comune (PAC)[3].

[3] La Politica Agricola Comune (PAC) è l’insieme delle regole che l’Unione europea si è data fin dalla sua nascita in merito al comparto agricolo. La Commissione europea ha presentato a metà 2018 una proposta di riforma della PAC per il periodo 2021-2027. L’obiettivo era “ristrutturare” l’architettura delle politiche agricole europee in chiave di sostenibilità ambientale. Durante le trattative legislative tra Commissione, Consiglio e Parlamento la riforma si è disallineata rispetto agli impegni presi a livello europeo e internazionale in materia di clima e sviluppo sostenibile, perdendo così chiarezza in termini di strategia politica. Gran parte dei punti ecologicamente progressisti della riforma, infatti, sono stati rigettati con emendamento, anche a causa della sovrarappresentazione delle lobby aziendali e della sottorappresentazione di agricoltorə e scienziatə.
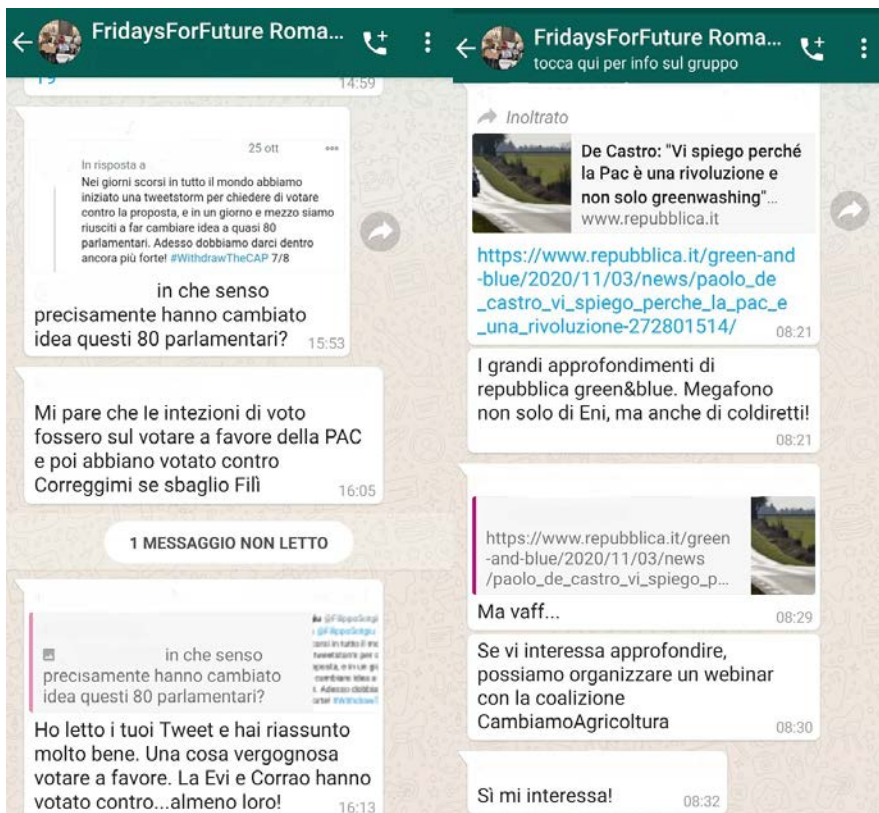
Fig. 8 – Campo rappresentazionale nelle discussioni sulla riforma della PAC

Nel primo screenshot si commenta un tweet in cui un attivista celebra il fatto che moltə parlamentarə abbiano votato contro la riforma a seguito di una *tweetstorm* ad hoc lanciata da FridaysForFuture. Mentre il contenuto del tweet richiamato in chat rimanda a un atteggiamento propositivo ("Adesso dobbiamo darci dentro ancora più forte!"), abbinato all'entusiasmo per l'efficacia della mobilitazione online (politica bottom-up), l'ultimo commento rivela un atteggiamento polemico ("Una cosa vergognosa votare a favore!") nei confronti del disegno di riforma (politica top-down) e accenna a un atteggiamento positivo nei confronti della contro-informazione ("hai riassunto molto bene") diramata dall'attivista su Twitter (informazione bottom-up). Nel secondo screenshot, questo asse definitorio della (in)formazione viene ancor più in evidenza, giacché alla critica (atteggiamento polemico) nei

Maggiori dettagli sono stati sintetizzati in quaranta punti nella campagna europea #WithdrawTheCap a cui ə "Fridays" hanno subito aderito.

confronti degli approfondimenti sulla PAC pubblicati da Repubblica (informazione top-down), si contrappone la proposta (atteggiamento propositivo) di organizzare un webinar formativo che compensi eventuali bias editoriali del quotidiano (informazione bottom-up).

Questo intreccio di critica e propositività, sia nel campo (in)formativo che in quello politico, mette in luce come ə "Fridays" materializzino la propria rappresentazione sociale del cambiamento climatico nella comunicazione, nel linguaggio e nel discorso (Castro e Batel, 2008; Castro, 2014). Infatti, si (in)formano continuamente, attingendo a forme ibride di conoscenza derivanti dai diversi mondi che abitano. Producono così una "conoscenza scientifica vernacolare" (Wagner, 2007) che istituzionalizza il loro modo di affrontare il cambiamento climatico. In questo senso, risulta significativo uno scambio avvenuto su WhatsApp (*cfr.* Fig. 9), in cui veniva annunciato un webinar volto a discutere dei punti di forza e debolezza del Carbon Capture and Storage (CCS)[4] promosso di recente da aziende e istituzioni come soluzione alla gestione delle emissioni inquinanti.

Così ə "Fridays" si propongono come mediatorə tra tecnicismo e sociability online, promuovendo una expertise ricercata e "dal basso" in contrasto con quella puramente istituzionale. Si tratta di proposte formative grassroots, dunque, condotte nella modalità informale di webinar gratuiti ad accesso libero e scambi informali su WhatsApp in cui si costruisce un sapere ibrido ma affidabile. Infatti, come raccontava [M20m] durante un evento pubblico (online, 09/12/2020), ə attivistə di FridaysForFuture ricorrono spesso ai dati scientifici per accreditare il proprio posizionamento sul climate change. Attingono per lo più a studi condotti da altre organizzazioni sociali, istituzioni scientifiche di rilievo (ad esempio, l'Intergovernmental Panel on Climate Change), o personaggi di spicco (ad esempio Stiglitz, premio nobel per l'economia). Non a caso, il movimento ha costituito anche un gruppo di lavoro ad

[4] Il Carbon Capture and Storage (CCS) è una tecnologia sperimentale per la cattura e lo stoccaggio geologico ad alta pressione dell'anidride carbonica emessa dai processi industriali (come gli impianti di combustione). Questo processo consente di produrre "idrogeno blu" separando le molecole di idrogeno dal carbonio e immagazzinando l'anidride carbonica che ne deriva nel sottosuolo senza rilasciarla nell'atmosfera. Sebbene l'idrogeno costituisca un'ottima alternativa ai combustibili fossili in diversi utilizzi finali e dunque, con costi adeguati, potrebbe essere impiegato nell'industria pesante, nei trasporti e persino negli usi residenziali, FridaysForFuture e diversə rappresentanti della comunità scientifica hanno sollevato delle perplessità in merito alla produzione di idrogeno blu perché non limita la produzione di anidride carbonica, ma la nasconde sottoterra senza considerare la costosità delle tecnologie richieste né il rischio di rilascio di gas inquinanti a seguito di eventi geologici inaspettati o danni alle strutture di contenimento. Secondo loro, sarebbe auspicabile investire piuttosto sulla produzione di "idrogeno verde" che, essendo ricavato attraverso elettrolisi (in sostanza, separando l'idrogeno dall'ossigeno nelle molecole d'acqua) con energia generata da fonti rinnovabili (solare, eolica o da riciclo), consentirebbe di evitare a monte le emissioni inquinanti.

hoc, il gruppo nazionale “Scienza”, «che si occupa di spulciare queste ricerche e approfondirle un po’» (ibidem).

Fig. 9 – Esempio di contro-informazione e conoscenza vernacolare

In questo modo ə “Fridays” avvalorano la rappresentazione egemonica del cambiamento climatico propria della comunità scientifica, insistendo sull’idea che le attività antropiche provocano effetti nefasti sul pianeta (Jaspal *et al*., 2014). A questo, però, aggiungono la componente (emancipatoria) della risposta sociale che passa dal conflitto e dalla (contro-)informazione. Così facendo, sfidano anche l’approvvigionamento informativo mainstream, criticando ad esempio i quotidiani italiani (perché «sono finanziati da compagnie inquinanti [...] e questo [...] fa sì che siano di parte, fondamentalmente; e dalla parte sbagliata!» ([M20m], evento pubblico online, 09/12/2020) ma apprezzando testate giornalistiche estere, quali Medium (dove peraltro scrive anche Greta Thunberg) o The Guardian.

Oltre all’approvvigionamento (in)formativo di tipo scientifico e giornalistico, ə “Fridays” ricorrono anche a fonti alternative quali i propri gruppi di pari e i consumi culturali più tradizionali. A riguardo, [K22f] ci spiegava che la configurazione di FridaysForFuture risponde proprio a questa esigenza di annodare il sapere alla socialità.

A livello nazionale esistono [...] i “WG”. Sarebbero i “Working Group” che [...] si occupano di cose operative e sono aperti ad un numero illimitato di attivistə da ogni gruppo locale. [...] Far parte di ogni gruppo è [...] molto formativo: ci sono persone che

spesso magari sono un po' pigre per informarsi [...] e quindi il WG è un modo per imparare delle cose confrontandosi con gli altri e le altre, chattando e divertendosi [...]. E si fa anche amicizia con persone a livello nazionale -non è che si entra nei WG per fare amicizia, però viene naturale! ([K22f], evento online, 9/12/2020).

La tematizzazione dei WG dà, quindi, un senso di approfondimento che accredita il sapere; l'orizzontalità e la socialità, invece, ne assicurano l'affidabilità. Qualcosa di analogo accade con i consumi culturali: i documentari tematici su siccità, biodiversità e agricoltura, suggeriti sul gruppo WhatsApp in diversi momenti (*cfr*. Fig. 10) entrano immediatamente nell'agenda (in)formativa di FridaysForFuture o perché riconducibili a personaggi illustri (come il biologo e storico naturale inglese David Attenborough, e la regista e sceneggiatrice italiana Alice Rohrwacher) che ne accreditano la validità, o perché suggeriti dalla rete di alleati del movimento che garantiscono l'affinità di posizionamento.

Fig. 10 – Consumi culturali e approvvigionamento (in)formativo alternativo

Per ə "Fridays" questi documentari sono meritevoli di essere visti perché esaustivi: riconducono gli effetti del cambiamento climatico (ad esempio, la perdita di biodiversità o il fenomeno xylella[85]) all'azione umana (ad esempio,

[5] La xylella fastidiosa è un batterio nocivo responsabile della sindrome di disseccamento degli ulivi in Puglia. Si trasmette attraverso un insetto che si riproduce alla base degli ulivi e si nutre della loro linfa. Una volta entrato in contatto con una pianta infetta, l'insetto trasmette il batterio a quelle sane, provocando alterazioni letali alla pianta.

il disequilibrio human/nature o la mala gestione delle terre), in consonanza con il posizionamento egemonico della comunità scientifica; tuttavia, rilanciano su come ripristinare quegli equilibri, “cambiare le cose” e “costruire un nuovo modello di società” (risposta sociale), in consonanza con l’approccio emancipato di FridaysForFuture radicato nell’attivismo e nella lotta per la giustizia climatica e sociale.

1.3. Cause, effetti, risposte: tra tempi e spazi allargati

Le ultime considerazioni ci catapultano immediatamente all’interno della “struttura” (Abric, 1984, 1996; Flament, 1989; Quenza, 2005) della rappresentazione sociale del cambiamento climatico come crisi sistemica socio-ecologica. Il nucleo centrale si addensa intorno alle cause e agli effetti del cambiamento climatico (secondo quella logica di diagnosi/prognosi già evidenziata da Mambet Doue e colleghə, 2020), ma include anche una componente propria deə “Fridays” in quanto attivistə, ovvero la loro risposta sociale e politica per contrastarlo. Questo ci è apparso evidente durante il gioco della libera associazione di idee che abbiamo svolto in apertura dei focus group. Alcunə partecipanti hanno fatto riferimento alle cause del cambiamento climatico (indicate da parole come “deforestazione” e “capitalismo”), mentre altrə ne hanno visualizzato gli effetti negativi, sia di lungo termine (indicate da parole come “distruzione” ed “estinzione”) che immediati (“ciclone”, “riscaldamento globale”, “migrazioni”). A questa gamma di risposte diagnostiche e prognostiche, si aggiunge tuttavia una terza componente inedita, legata alla risposta sociale (data o da dare) al cambiamento climatico. [Z19m], infatti, ha scelto la parola “manifestazioni” per riferirsi alle mobilitazioni a cui ha partecipato:

> Prima di FridaysForFuture, tutto il tema del cambiamento climatico [...] lo conoscevo ben poco quindi mentalmente il primo collegamento che mi viene è quello che noi abbiamo fatto per provare a contrastarlo. [...] Quelle immagini, quei cortei, [...] e quei momenti [...] di riflessione fatti tutti quanti e tutte quante insieme… ecco è questo che mi viene in mente! La quantità di volte che ho sentito quella parola, [cambiamento climatico], in quell’anno e mezzo [...], non l’ho mai più sentita, ecco ([Z19m], focus group online, 06/03/2021).

Nell’esperienza di [Z19m], dunque, il cambiamento climatico rimanda immediatamente alla lotta per la giustizia climatica perché è così che lui l’ha conosciuto in prima istanza: prendere parte a FridaysForFuture è stata un’esperienza costitutiva della sua percezione del problema. Dal canto suo, [H23m] ha associato al cambiamento climatico uno dei primi slogan del

movimento:“system change, not climate change”, poiché il cambiamento climatico, a suo parere, costituisce non solo «il prodotto di una serie di situazioni fisiche o [..] economiche» (effetti), ma anche ciò che va fatto a riguardo, ovvero va inteso anche «come cambiamento di un sistema, come ribaltamento di una società che sia ricostruita a partire da chi oggi i cambiamenti climatici [li] subisce» (risposta sociale e politica).

Entrambi gli attivisti dunque associano il cambiamento climatico alla politica trasformativa grassroots (in un caso studentesca e nell’altro anticapitalista) a partire dalla propria esperienza di “Fridays” ed entro una concatenazione tra cause, effetti e risposte socio-politiche che chiama in causa la temporalità del cambiamento climatico. A riguardo, è stata molto interessante la risposta di [P23m] che ha associato l’idea di climate change al “dipinto dell’angelo di Klee”, ossia «un angelo che è sospinto nel futuro ma [che] non fa altro che pensare al passato». Secondo l’attivista questo quadro coglie le contraddizioni sociopolitiche inerenti alla lotta al climate change: si seguono logiche del passato (ad esempio, il mito del progresso) che però hanno già dimostrato la loro inefficacia (ad esempio, nei cosiddetti “paesi in via di sviluppo”), e così non si fanno passi in avanti. Si tratta di una visione di lungo periodo che valorizza e si radica nel presente (come normalmente accade nei processi di costruzione collettiva di una rappresentazione sociale, Wagner, 2007) ma lo eccede, collocandolo tra un prima e dopo proprio in ragione del nesso tra cause/effetti/risposte che rappresenta l’essenza ultima del cambiamento climatico nella percezione deə “Fridays”. In questa direzione vanno anche le risposte di [J24m] e [M20m] che hanno scelto la parola “migrazioni”:

> La figura del migrante climatico è il primo vero effetto [del cambiamento climatico] sulle persone, [...] già tangibile [...]. C’è questa aura intorno al cambiamento climatico, che prima o poi ci colpirà [...] ma ci sono persone che sono già state [....] costrette ad abbandonare il luogo dove vivono [...]. C’è anche la migrazione degli animali, costretti a migrare perché il loro habitat viene distrutto [...]. Il cambiamento climatico è ora, riguarda tutte le specie viventi, ha a che fare con la sopravvivenza ed è esperibile in fenomeni concreti come le migrazioni umane e animali. [Infine], in senso più filosofico, migrare [vale] come cambiare [...] le nostre abitudini in termini di sistema economico-finanziario che sfrutta i territori ([J24m], focus group online, 11/12/2020).

In questa risposta, [J24m] invoca l’attualità degli effetti del cambiamento climatico, le migrazioni umane e animali già in corso, a cui è necessario rispondere ora, risignificando il termine “migrazione” nel senso “filosofico” di una trasformazione sistemica. Il cambiamento climatico viene così reso continuamente presente, persistente: eccede il qui e ora (effetti), allungando il time-frame di riferimento al prima (cause) e al dopo (risposte), e allargando

anche il contesto spaziale di riferimento all’intero pianeta: paesi e continenti diversi vivono effetti del cambiamento climatico analoghi.

> Ho scritto migrazioni di massa perché è la cosa che mi fa più paura del cambiamento climatico [...]. Ad esempio, i ghiacciai dell’Himalaya si stanno sciogliendo e quindi mezza Asia rimane senza acqua; e quindi migrazione. Il deserto si espande a sud e [...] le terre dell’Africa diventano sempre più aride. [...] La Sardegna è totalmente a rischio desertificazione e anche altre regioni del sud. Quindi mi vengono in mente queste frotte enormi di persone che devono lasciare la propria casa ([M20m], focus group online, 07/12/2020).

Anche in questa risposta, [M20m] mette in evidenza una concatenazione di cause ed effetti del cambiamento climatico (scioglimento dei ghiacciai e desertificazione, migrazioni e sovrappopolamento) che lo porta a preoccuparsi per il futuro; parimenti, considera tali effetti guardando a cosa accade in luoghi lontani (Asia e Africa) e vicini (Sardegna e Sud Italia), accorciando le distanze ma allargando i confini spaziali del fenomeno. Tutti questi ragionamenti, è evidente, non allontanano il problema (come invece altri studi hanno rilevato, vedi Wibeck, 2014), ma anzi insistono sull’idea che anche ciò che avviene in un altro luogo o tempo, ad altre persone e finanche ad altre specie, in realtà ci riguarda qui e ora. Come disse [J24m] una volta in assemblea (in presenza, 28/09/2020), «pensare globale, agire locale deve essere il [...] frame [di riferimento]».

Questa sorta di “osmosi” tra passato, presente e futuro, tra qui e altrove, è talmente sentita che ha ispirato una delle campagne più significative del movimento. Ci riferiamo a “Ritorno al Futuro”, in cui ə “Fridays” hanno lavorato al fianco di altre organizzazioni ambientaliste/ecologiste e ad espertə della comunità scientifica per individuare una serie di problematiche urgenti (effetti) e le loro cause, per proporre soluzioni concrete sia alle istituzioni pubbliche che alla cittadinanza.

> “Ritorno al Futuro” [...] è stato uno sforzo mastodontico perché abbiamo contattato tuttə ə espertə e tutte le associazioni con cui avevamo contatti, e [con loro] abbiamo [fatto] delle chiamate su tanti temi, come energia ed edilizia, agricoltura, tutela del territorio, rifiuti, risorse idriche, etc., e abbiamo messo su insieme dei punti che venivano sia dal mondo della scienza sia da quello delle associazioni e dell’attivismo ([M20m], evento pubblico online, 09/12/2020).

Nella strutturazione stessa della campagna, dunque, è stata adottata la logica diagnosi/prognosi che sintetizza il nucleo centrale della rappresentazione socio-ecologica del cambiamento climatico, solido e valido al punto da essere applicabile in diversi ambiti socio-ambientali (i “temi”). Questa stessa

logica emerge anche in alcune immagini scambiate nel gruppo WhatsApp in occasione degli strike del venerdì (*cfr.* Fig. 11). La produzione e utilizzo del gas, la cattura e stoccaggio del carbonio, e le trivellazioni da parte delle "aziende miliardarie" sono esempi di cause del cambiamento climatico; l'"avvelenamento", la "morte" e la "miseria", invece, ne chiariscono gli effetti. Tutto questo è immediatamente tradotto in azione di protesta (il presidio, gli striscioni, i cori) come risposta sociale. Questo nucleo di significati acquista quindi un valore associativo al punto che ə "Fridays" riconoscono in esso il posizionamento imprescindibile per comprendere e combattere il cambiamento climatico.
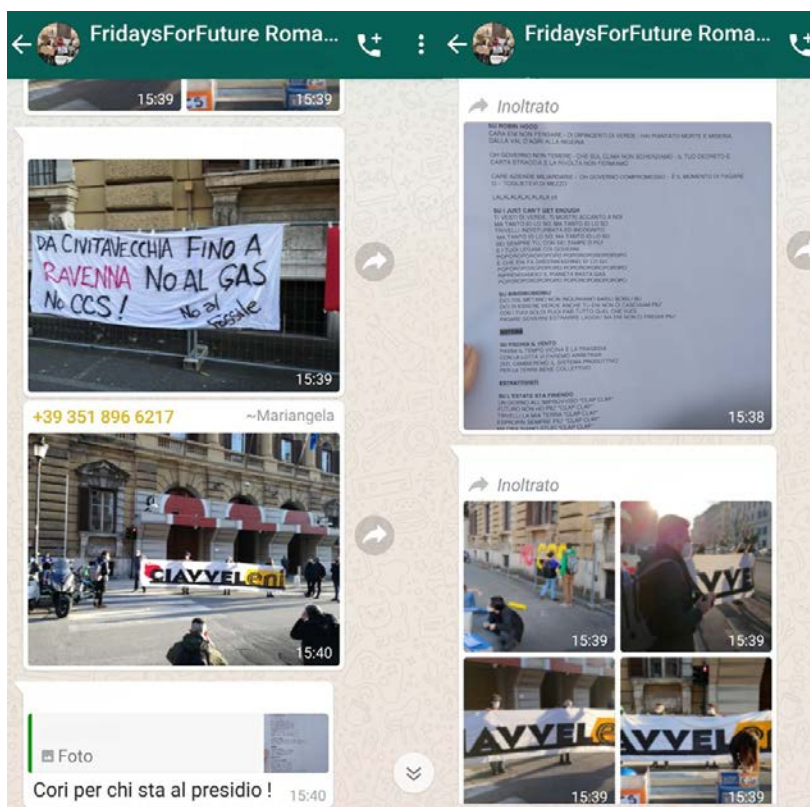
Fig. 11 – Immagine rappresentative di cause, effetti e risposta sociale (nucleo centrale)

Tali componenti del nucleo sono talmente stabili che, quando nei focus group abbiamo provocativamente sottoposto alcune immagini polisemiche (prese dalla pagina Instagram di FridaysForFuture-Roma) ai partecipanti per fare emergere contrasti interpretativi e rintracciare il sistema periferico della

rappresentazione stessa (Abric, 1984, 1996; Flament, 1989), non abbiamo rilevato particolari variazioni di sense-making tra ə partecipanti ai diversi gruppi. Anche durante le attività etnografiche sono state davvero marginali le situazioni in cui sono emersi posizionamenti contrastanti rispetto a specifiche vertenze, a riprova della tenuta associativa ed esegetica della sequenza cause/effetti/risposte. Tutt'al più, durante una assemblea (online, 09/11/2020) abbiamo assistito a una situazione meritevole, seppur circoscritta, di "polifasia cognitiva" (Moscovici, 1984; Bauer e Gaskell, 1999; Wagner e Hayes, 2005; Wagner, 2007). Si discuteva criticamente della destinazione dei fondi del Recovery Fund alla costruzione di nuove autostrade e [G25f] disse: «è un mezzo che collega periferie e centri, quindi perché [...] siamo contrarə?». Per lei, quel "collegamento" rappresentava uno strumento di giustizia sociale, volto ad accorciare la distanza centro-periferia e di lì garantire parità di accesso a risorse e opportunità. [M20m] le rispose invece che l'obiettivo del movimento è «abbandonare la mobilità privata nel lungo periodo», motivo per cui «costruire ancora autostrade significa che nel 2050 non avremo ottenuto il cambio sistemico [desiderato]». Per lui, l'autostrada rimandava alle automobili e dunque alle emissioni inquinanti, la cui riduzione attiene alla giustizia climatica ed è quindi da perseguire con priorità assoluta. In questa negoziazione, puntuale perché legata a una vicenda specifica, traspare una sorta di gerarchia tra gli obiettivi primari (riduzione delle emissioni per avere un cambio sistemico), radicati nel nucleo centrale (cause/effetti/risposte), e obiettivi specifici (rompere la dicotomia centro-periferia che ostacola l'uguaglianza sociale), radicata in componenti periferiche (accesso eguale e decentralizzato a risorse, luoghi e opportunità). Si tratta di un contrasto interessante perché rimanda al bilanciamento tra il fabbisogno di giustizia climatica e quello di giustizia sociale, entrambe costitutive del contenuto intorno a cui si avvita il posizionamento di FridaysForFuture. Tuttavia, il nesso tra le tre componenti cause/effetti/risposte resta saldamente centrale in tale processo definitorio e assolve a una funzione associativa che non lascia spazio a incertezze.

La discussione intorno alle immagini che abbiamo scelto come stimolo per i focus group è emblematica di questa "tenuta" (*cfr*. Fig. 3) La prima e la terza immagine sono state per lo più spiegate in riferimento al commercio internazionale, rispetto al quale ə partecipanti hanno rintracciato cause (consumismo, sfruttamento delle risorse naturali e umane) ed effetti (inquinamento e involuzione dell'essere umano) specifici del cambiamento climatico. In merito alla prima foto, [Z19m] ha spiegato che, «se delle cose che sono materialmente reperibili [...] vicino a noi, le andiamo a cercare o fabbricare in posti che sono a decine di migliaia di chilometri, [...] c'è un dispendio di energie, carburante e logistica che contribuisce al cambiamento climatico» (focus group online, 06/03/2021). Secondo [J24m], «le piattaforme di acqui-

sto online superveloci [...] richiedono un'accelerazione dei sistemi di trasporto [...] solo per assecondare la falsa necessità di una comodità, di avere il prodotto subito non sapendo o non volendo pensare alle conseguenze climatiche» (focus group online, 11/12/2020). Analogamente, il consumismo, provocativamente simbolizzato dal codice a barre nella terza immagine, rappresenta, secondo [N18m], la mercificazione della nostra esistenza e rimanda a «qualcosa che [...] dal mondo della natura può essere trasformato in un prodotto che si può trovare in un negozio», allontanando così la specie umana dall'ambiente che la circonda (focus group online, 25/02/2021).

La seconda e la quarta immagine, invece, hanno immediatamente indirizzato la discussione verso le risposte sociopolitiche proposte da FridaysForFuture. Come ha spiegato [O15m], le maschere di Halloween rappresentate nella seconda foto servivano a «smascherare le grandi aziende che, appunto, inquinano di più», in consonanza con «un lato più creativo di FridaysForFuture» che, però mira a «una denuncia vera e propria [di] chi è responsabile maggiormente del cambiamento climatico» (focus group online, 25/02/2021). La preparazione di cartelloni e grafiche informative della quarta foto, infine, sintetizza per loro lo sforzo altrettanto creativo di sensibilizzare ə studentə rispetto a soluzioni energetiche alternative, quali la decentralizzazione. Dunque, la propositività della quarta foto complementa la condanna della seconda, a riprova di quel gioco di conflitto e comunicazione (Castro e Batel, 2008) che istituzionalizza culturalmente (Castro, 2014) i modi in cui ə "Fridays" sono solitə trattare il climate change. In entrambi i casi, certe pratiche consolidate, siano esse culturali (festeggiamenti di Halloween) o formative (preparazione di cartelloni e grafici), attivano risposte possibili alla questione del cambiamento climatico in contesti specifici (piazze e scuole romane), secondo i linguaggi e le pratiche dei pubblici da raggiungere (cittadinanza e studentə).

1.4. Fare i conti col climate change nel quotidiano

Nel maturare questa rappresentazione socio-ecologica e sistemica del cambiamento climatico, ə "Fridays" calano spesso contenuti tecnici (cause/effetti/risposte) e valoriali (giustizia climatica e sociale) nell'esperienza quotidiana delle persone comuni (Walmsley, 2004), permettendo così di familiarizzare con un problema che altrimenti potrebbe apparire astratto o distante dall'esperienza quotidiana. Qui vogliamo mettere in trasparenza come avvengono tali meccanismi di ancoraggio e oggettivazione (Moscovici e Hewstone, 1983; Wagner *et al.*, 1995), dando conto di come ə attivistə di FridaysForFuture-Roma attingono a esperienze personali di vita quotidiana e rielaborano informazione ed emozioni inerenti al climate change.

Un esempio di ambito di ancoraggio ricorrente nelle discussioni del gruppo romano è l'alimentazione: ə "Fridays" collegano il cambiamento climatico al consumo di carne e latticini, i quali funzionano da sineddoche sulle cause del cambiamento climatico in quanto rimandano a sistemi di produzione (gli allevamenti intensivi) che provocano elevate emissioni di gas inquinanti. Il cambiamento climatico cala così nella vita quotidiana attraverso diete alimentari eco-sostenibili e ricette creative. Nella Fig. 12, ad esempio, è rappresentata una discussione su Whatsapp che parte dalla domanda di una persona onnivora, curiosa di sapere se e come orientare le proprie scelte alimentari per renderle sostenibili. Si scambiano liberamente informazioni e consigli che riportano immediatamente al quotidiano: "cucinarsi da solo", "ricette che si conoscono", "ceci" e "latte di riso" sono tutte immagini che rimandano a oggetti concreti capaci di far visualizzare comportamenti alimentari concreti, inquadrandoli dentro quel nesso cause/effetti/risposte che rappresenta il nocciolo duro di come bisogna pensare il climate change. Fare la spesa e cucinare, come esperienze di prossimità, attivano così una negoziazione di senso su come intendere e approcciarsi al cambiamento climatico. Non vi sono assunti normativi e giudicanti (come invece rilevato da Fischer e colleghə, 2012) ma piuttosto convinzioni personali diverse che, proprio in quanto tali, lasciano spazio alla libertà individuale di adottare o meno comportamenti eco-friendly.
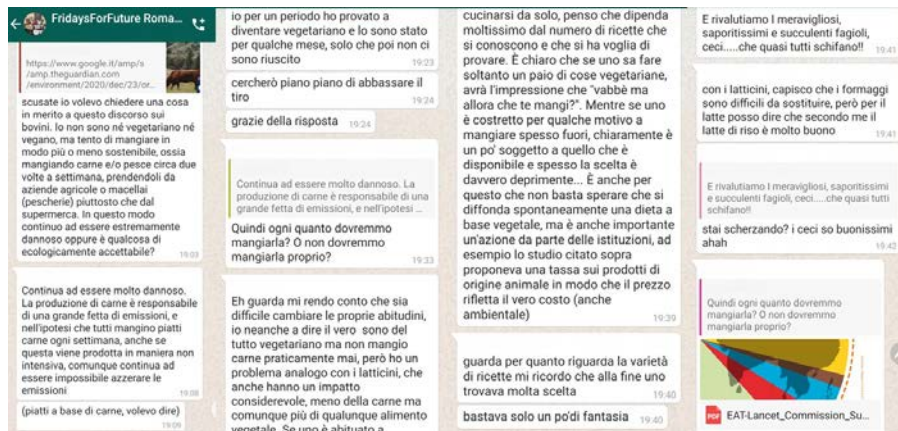
Fig. 12 – Ancoraggio all'alimentazione e oggettivazione in carne e latticini

L'aspetto più interessante dei meccanismi di ancoraggio e oggettivazione del climate change che si innescano tra ə "Fridays" è che funzionano da vera e propria pratica politica attraverso la quale sensibilizzare le persone (dentro e fuori dal movimento) alla problematica. Familiarizzare con essa si erige a

metodo di lavoro e obiettivo politico: ancorare il cambiamento climatico a certi ambiti o tematiche e reificarlo in problemi/soluzioni è parte costitutiva delle attività di FridaysForFuture-Roma. Ad esempio, dopo il global strike dell'autunno 2020, è stato lanciato un ciclo di incontri, denominati "assemblee plenarie", volti a trattare problemi socio-ecologici urgenti sul territorio romano: rifiuti ed economia circolare; acqua e beni pubblici; mobilità e trasporti. In assemblea, [P23m] ha ricapitolato cosa aveva fatto fino ad allora il gruppo romano in ciascuno dei tre ambiti, rilanciando così la discussione per decidere insieme come avanzare. A quel punto è intervenuta [K22f] chiedendo a tutti «cosa sta succedendo nei vostri territori [...]? E come si può inserire FridaysForFuture?». Questo passaggio rivela proprio la logica con cui il movimento intende approcciare (e combattere) il cambiamento climatico: identificarlo e contestarlo nelle sue manifestazioni locali (ancoraggio) e tangibili (oggettivazione), trasformando così i meccanismi socio-cognitivi di familiarizzazione con il problema in pratica politica. In quella stessa assemblea, non a caso, è intervenuto un rappresentante del "Comitato Valle Galeria Libera"[96]: ci ha raccontato del livello di inquinamento in cui vessa l'area in cui vive e dei danni subiti da un paesaggio agreste altrimenti "bellissimo". [C14f] ha subito proposto di organizzare un workshop informativo a riguardo, commentando che «è sempre bello conoscere le lotte locali perché magari noi "Fridays", nel pensare in grande, ci dimentichiamo le declinazioni locali del problema contro cui ci scagliamo». In questa frase viene in evidenza quella logica g-locale che innerva le attività politiche di FridaysForFuture e che, a ben vedere, sintetizza in esse proprio i meccanismi di ancoraggio e oggettivazione con cui le persone riconoscono il cambiamento climatico. "Pensare in grande" rimanda sia a uno spazio dilatato (il pianeta) sia a una concezione astratta di cambiamento climatico (il nesso tra cause/effetti/risposte) che però trovano addentellati tangibili (le "declinazioni locali") rispettivamente negli ambienti di prossimità (Valle Galeria e il territorio romano) e in oggetti concreti (rifiuti, trasporti e acqua).

La trasformazione di questo passaggio dal globale al locale, dal concettuale al concreto in pratica politica di sensibilizzazione è talmente radicata nel movimento che un gruppo di attivistə sta lavorando all'idea di penetrare il mondo dei giochi di ruolo, inserendo delle missioni climate-oriented volte ad aumentare la consapevolezza deə utenti "in maniera coinvolgente" (*cfr*. Fig. 13). Nello specifico, Dungeons&Dragons (gioco di ruolo fantasy in cui

[6] Il comitato riunisce le rappresentanze cittadine di tutti i quartieri di una zona a sud-ovest di Roma, Valle Galeria appunto, famosa perché da decenni ospita una discarica di rifiuti e diversi impianti industriali che hanno provocato notevoli danni ambientali e conseguenze sulla salute di chi vi abita vicino. Ciononostante, le istituzioni stanno autorizzando l'attivazione di ulteriori impianti di smaltimento e trasferenza rifiuti.

ə gioactorə sono avventurierə che devono affrontare grandi imprese e misurarsi con varie sfide e nemicə) è scelto come "scenario" di ancoraggio onde intercettare la quotidianità e proattività deə appassionatə.
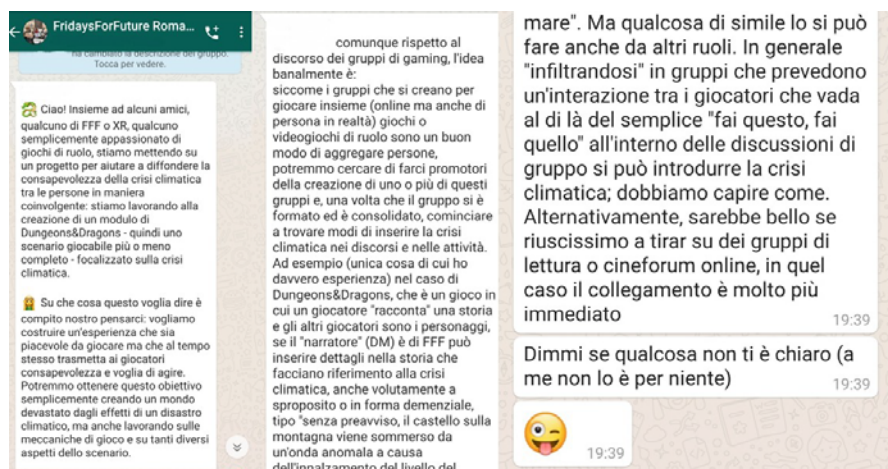
Fig. 13 – Ancoraggio al mondo dei giochi di ruolo e oggettivazione nelle missioni

Il "castello sulla montagna" che viene "sommerso da un'onda anomala" provocata dall'innalzamento del livello del mare reifica il "disastro climatico", lo rende riconoscibile nei suoi effetti e sollecita a darvi una risposta (la missione del gioco ancora da disegnare). "Infiltrarsi" nel mondo dei giochi di ruolo consente così aə giocatorə di familiarizzare con il cambiamento climatico, peraltro direttamente in termini di lotta per la giustizia climatica giacché le regole del gioco stesso ben si prestano a orientare la rappresentazione in chiave di crisi socio-ecologica da combattere.

2. Un problema (inter-)generazionale

2.1. Non è un pianeta per giovani

Un secondo elemento che non si può fare a meno di notare quando ci si relaziona con ə attivistə di FridaysForFuture-Roma è che, per loro, il cambiamento climatico è una crisi che lə riguarda di più (o comunque diversamente), in quanto giovani. Sanno che toccherà a loro pagare i costi ambientali, economici e sociali di questa emergenza che, sì, oggi interessa tuttə, ma pregiudica ə giovani in particolare, in termini di vivibilità futura del pianeta, spese

di riparazione dei danni ecologici e riconfigurazioni sociali derivanti. Insomma, ə "Fridays" si fanno portavoce degli interessi delle generazioni future davanti alle scelte spesso miopi di istituzioni, aziende e individui adulti, e così maturano (tra loro) e restituiscono (ai loro pubblici) una percezione del cambiamento climatico che possiamo chiamare, appunto, "generazionale" e che guarda alla emergenzialità in una prospettiva di lungo periodo. Come ricostruisce [C14f], persino il nome del movimento incapsula quest'idea: «saltare scuola e scendere in piazza il venerdì (da qui, il "Fridays" nel nome) per rivendicare il proprio diritto ad avere un futuro (da qui, il "ForFuture")».

Questa rappresentazione generazionale coesiste con quella socio-ecologica che abbiamo discusso nel primo paragrafo di questo capitolo, ma ne specifica il posizionamento e i processi di costruzione di senso a partire dalla peculiarità dei vissuti legati all'essere giovani. A questo riguardo, è emblematico uno scambio avvenuto durante un'assemblea (in presenza, 11/09/2020). Un ragazzo "grande" (probabilmente con più di 26 anni), arrivato da poco nel gruppo, disse entusiasta: «è bello che ragazzə così giovani si interessino a queste cose [ambientali]». [R18f] gli rispose: «non abbiamo molta scelta, ci deve interessare» perché in gioco c'è la vita su questo pianeta e, dunque, la possibilità per chi è giovane oggi di abitarvi anche domani. Sono parole che riecheggiano anche in uno scambio avvenuto durante un focus group (online, 25/02/2021), quando si è parlato di "eco-ansia":

> È una cosa che viene proprio dal sentire questa catastrofe incombere. E dire "Wow potrei svegliarmi un giorno e non poter fare più niente!", e realizzare che, alla fine, è tutto quanto perduto perché nessuno ha dato retta alle cose a cui bisognava dare retta [a tempo debito] ([C14f], focus group online, 25/02/2021).

L'idea di fondo che il cambiamento climatico sia un problema soprattutto per ə giovani costituisce il "contenuto" (Le Bouedec, 1984; Contarello *et al.*, 2007) della rappresentazione generazionale del cambiamento climatico, tant'è che impregna molte delle attività di advocacy del movimento. Un esempio è la campagna "#NonFossilizziamoci", lanciata sul sito ufficiale di FridaysForFuture-Italia e diramata online, con l'obiettivo di ridiscutere la destinazione dei già menzionati pacchetti di stimolo stanziati dal Recovery Fund ai fini della transizione ecologica. L'hashtag che dà il nome alla campagna, infatti, sintetizza le criticità della programmazione economica italiana in materia di energia e clima, ancora troppo avvitata, secondo ə attivistə, intorno a un approvvigionamento energetico da combustibili fossili e a interventi infrastrutturali poco sostenibili[7]. Il comunicato di lancio, infatti, denuncia che la

[7] Secondo ə "Fridays", l'intero Piano Nazionale Integrato Energia e Clima non ha adeguatamente finanziato i settori della ricerca e dello sviluppo di nuove tecnologie sostenibili, dal

pianificazione del Recovery Fund italiano è stata pensata secondo le logiche degli «anni venti [...] del Novecento», proprie di una «Old Generation EU» – così la chiamano ə attivistə nel testo– a cui poco sembra interessare cosa succederà a quella NextGenerationEU che invece dà il nome al programma di finanziamento stesso. In questo gioco di parole, quindi, si svela la disputa generazionale che ruota intorno alla gestione della crisi climatica, le sue logiche e i suoi orizzonti temporali. L'allocazione dei fondi risulta miope e inadeguata perché una policy che «delineerà i prossimi settanta anni» non può «essere scritt[a] solo da chi ora ha settanta anni». Per questo, ə attivistə rivendicano il proprio protagonismo in quanto giovani nella discussione sul Recovery Fund. A riguardo, è molto chiara [C14f] quando spiega che ciò che rende particolare FridaysForFuture è proprio l'inatteso protagonismo giovanile in una lotta di cui poi beneficiano tuttə.

> L'espansione [della battaglia per il clima] è stata portata avanti da una generazione [...] che è sempre stata [...] una delle più screditate in cui comunque non si sono mai riposte troppe speranze, [la quale però] ha deciso effettivamente di andare alla rivalsa [...] rivendicando qualcosa che alla fine è di tuttə ma non tuttə sentono particolarmente vicino. Quindi [FridaysForFuture] è andato ad espandersi perché le persone [della nostra età] si sono finalmente sentite chiamate in causa per una battaglia; come mai prima d'ora è stata data voce a una generazione [...] che effettivamente la voce non ce l'aveva più oppure che sentiva di non essere ascoltata. ([C14f], evento pubblico online, 09/12/2020).

In queste parole emerge chiaramente come il cambiamento climatico sia concepito come un problema che "chiama in causa" ə giovani perché incide negativamente sul loro futuro. Di conseguenza, la lotta per la giustizia climatica è appannaggio di una "generazione" che attraverso di essa riscatta la propria agency politica e prende voce in capitolo sul proprio futuro.

> Radicalizziamo le richieste e diciamo: "Entro il 2030 mi devi chiudere le fossili sennò io giovane tra trent'anni avrò un debito intergenerazionale che non potrò pagare nemmeno lavorando tutta la vita!" ([G25f], assemblea online, 07/09/2020).

Secondo l'attivista, siccome a livello nazionale e sovranazionale si decideva delle risorse da destinare alla transizione ecologica, era urgente denunciare dalle piazze le implicazioni di lungo periodo che l'inadeguatezza di

momento che destina fondi alla costruzione di autostrade (che non incentivano all'abbandono delle automobili) e alla realizzazione di impianti di cattura e stoccaggio di anidride carbonica per la produzione del cosiddetto "idrogeno blu" (che non elimina né contiene adeguatamente le emissioni inquinanti).

quelle scelte politiche avranno su chi è giovane oggi e pagherà il prezzo di queste decisioni domani. In questa visione, lo spazio-tempo in cui ə "Fridays" situano (Wagner, 2007; Morera *et al.*, 2015) il cambiamento climatico è ancor più allargato di quanto già non sia nella rappresentazione socio-ecologica discussa nel primo paragrafo: se quest'ultima si impernia sulle implicazioni dell'essere umanə e mette in evidenza le criticità delle interconnessioni tra società, economia e natura, la percezione del problema come generazionale pone l'accento sulle implicazioni dell'essere giovani, insistendo sul legame tra presente e futuro.

> [Una] narrativa [che portiamo avanti] è quella del "Dobbiamo agire adesso!". [...] Lavoriamo parallelamente su due miliardi di [...] aspetti, però cerchiamo di farlo con una narrativa che quasi ci caratterizza, secondo me, che è quella di dire "Non c'è più tempo"; ma non [...] per il mondo, perché il mondo esisterà anche fra miliardi di anni: non c'è più tempo per noi! ([C14f], focus group online, 25/02/2021).

L'approccio olistico al climate change adottato da FridaysForFuture (ossia la rappresentazione socio-ecologica descritta nella prima parte di questo capitolo) è inestricabilmente collegato all'urgenza di rispondervi ("dobbiamo agire adesso") ma diventa particolarmente cogente se si guarda al cambiamento climatico con gli occhi deə giovani, che sentono il peso di una sorta di countdown. La loro concezione generazionale del cambiamento climatico sfida l'idea stessa che la costruzione delle rappresentazioni sociali sia fondata sul contingente (Castro, 2014) perché il processo di sense-making è "spalmato" tra presente e futuro.

2.2. Mobilitazioni e auto-formazione studentesche

La combinazione di questi contenuti dà vita a un "campo rappresentazionale" che, come nel caso della rappresentazione socio-ecologica del cambiamento climatico che abbiamo discusso nel primo paragrafo, è organizzato in due dimensioni, la (in)formazione e la politica, ciascuna delle quali si polarizza intorno alla coppia oppositiva bottom-up versus top-down e di lì illustra anche la componente di "atteggiamento", propositivo versus polemico, della rappresentazione stessa (Le Bouedec, 1984; Contarello *et al.*, 2007).

Tuttavia, nel caso di questa rappresentazione "generazionale", il campo è connotato a partire dal punto di osservazione specifico di chi è giovane, tale per cui la (in)formazione e la politica top-down sono ricondotte principalmente all'educazione scolastica e ai suoi referenti istituzionali con un atteggiamento per lo più polemico, mentre la (in)formazione e la politica bottom-

up sono pensate in termini di pratiche alternative di autoformazione e di politica movimentista dei collettivi studenteschi, con un atteggiamento per lo più (pro)positivo.

Questo nodo tra i due assi della politica e della (in)formazione lette in chiave generazionale è emerso chiaramente durante un'assemblea (in presenza, 11/09/2020). [D?m] esclamò: «le cose che si fanno a scuola [sul cambiamento climatico] hanno rotto le palle! [...] L'azione deve essere per ə studentə, daə studentə»; [R18f] allora propose di creare corsi esterni alle scuole, tramite tavoli di lavoro o persino orti urbani; a quel punto, però, [D?m] riportò la discussione sul piano dell'attivismo studentesco, proponendo di «trovare referenti in ogni istituto [scolastico] e creare una rete». In altre parole, a partire dai fabbisogni (in)formativi e dalle pratiche di lotta deə studentə, scaturisce un senso di appartenenza generazionale in cui si intrecciano comportamenti, sentimenti e pensieri condivisi da una generazione che, per questo, è sia "sociale" (Mannheim, 1952) che "politica" (Whittier, 1997; Glasius e Pleyers, 2013).

Tutto questo ci risultò evidente già durante il nostro primo incontro con FridaysForFuture-Roma, avvenuto in occasione di un workshop lanciato dal "Gruppo Scuola" (uno spin-off del movimento aperto a studentə delle scuole medie e superiori). L'evento, organizzato in tavoli di lavoro, era destinato a delineare problemi e possibili soluzioni in merito a questioni ambientali che hanno implicazioni concrete sulla vita scolastica. Nello specifico, un tavolo si è occupato di discutere delle trentatré ore obbligatorie di educazione ambientale introdotte dall'allora ministro dell'istruzione Fioramonti nell'ambito delle ore già dedicate all'educazione civica. L'incarico di formare il corpo docenti in materia era stato assegnato a Eni, multinazionale che, essendo attiva nel settore della produzione e commercializzazione di energia elettrica e da combustibili fossili, emette alti tassi di gas inquinanti gas inquinanti. Per questo, ə attivistə di FridaysForFuture si sono mobilitatə con una campagna denominata "Fuori Eni dalle scuole!": rintracciavano un controsenso politico e un'operazione di greenwashing[8] in quest'assegnazione dell'incarico. Il tavolo di lavoro di quel giorno aveva proprio lo scopo di riprendere le fila del ragionamento avviato con la campagna e individuare soluzioni alternative più coerenti con la mission dell'educazione ambientale. Un altro tavolo di lavoro si è occupato di diritti allo studio, problematizzando l'accessibilità degli edifici scolastici nelle periferie e dei costi dei libri, enfatizzando la necessità di tuttə ə studentə ad avere un'istruzione di qualità di modo da essere preparatə sulla crisi climatica e poter contribuire, in futuro, alla sua

[8] Con il termine "greenwashing" si intende comunemente l'insieme di pratiche (generalmente relative al marketing e alla comunicazione) volte a presentare un prodotto o un'azienda come ecosostenibile per "ripulirne" l'immagine pubblica e nasconderne le attività inquinanti.

risoluzione. Il terzo tavolo era invece adibito a discutere dell'efficientamento energetico degli edifici scolastici, mentre un quarto tavolo, chiamato "Mobilitazione e crisi climatica", si è incaricato di ripensare il coinvolgimento delle scuole nella lotta al cambiamento climatico. In questa distribuzione dei topic per tavolo viene anzitutto in evidenza la politica come asse definitorio del campo rappresentazionale: quella top-down, rappresentata dalla problematizzazione dello school management e dai ragionamenti sulle politiche educative, è contestata (atteggiamento polemico) e ripensata a partire dalle esigenze deə studentə (atteggiamento propositivo); quella bottom-up, rappresentata dalla mobilitazione studentesca, viene analizzata (atteggiamento critico) in chiave di rilancio (atteggiamento propositivo).

Inoltre, il tavolo di lavoro dedicato alle ore di educazione ambientale rappresenta un ottimo esempio di come anche l'asse dell'(in)formazione delimiti il campo rappresentazionale: da un lato si contestano, in termini di competenze e coerenza ideologica, le formule imposte dal Ministero ed espletate da Eni (atteggiamento polemico verso la formazione top-down); dall'altro, si valorizzano i saperi pratici maturati con attività dal basso complementari o finanche alternative (atteggiamento propositivo verso la formazione bottom-up). Durante il workshop, infatti, [S18m] ha proposto di coinvolgere ə studentə con delle iniziative concrete, quali attività di pulizia dei parchi o gite illustrative nelle discariche, onde mostrare loro il problema «piano piano», inserendolə «molto lentamente all'interno di [un] sistema di cambiamento» che consenta loro di «fidarsi del movimento e di noi ragazzə». A questo "learning by doing", [S18m] consigliava anche di affiancare dei corsi auto-formativi di educazione ambientale durante le autogestioni scolastiche, in cui invitare esponenti della comunità scientifica a parlare e, di lì, rendere «il progetto approvabile» anche agli occhi del Ministero. In altre parole, ə giovani rivendicano la propria competenza nello scegliere quali siano fonti affidabili e argomenti meritevoli di formazione, dimostrando così la propria capacità di pensare/formarsi fuori dagli schemi rigidi del knowledge-building imposto daə adultə. Si tratta di un vero e proprio conflitto intergenerazionale che si snoda lungo l'asse della (in)-formazione: quando questa viene istituzionalizzata secondo logiche lontane dagli ambienti giovanili e/o incoerenti rispetto alla "materia" (in questo caso, l'educazione ambientale), si rilancia su una produzione di conoscenza dal basso, di cui ə "Fridays" si fanno promotorə. In questa dinamica si istituzionalizza (Castro e Batel, 2008; Castro, 2014) una produzione "vernacolare" di conoscenza (Wagner, 2007) sul cambiamento climatico, in cui il sapere scientifico non serve solo a formare tecnicamente ə giovanə ma anche a legittimare la loro battaglia per la giustizia climatica presso l'opinione pubblica.

D'altronde, la rappresentazione egemonica del climate change è ascritta alla comunità scientifica, il cui sapere tecnico gioca un ruolo determinante

proprio in termini di valore simbolico e legittimazione sociale; per la proprietà transitiva, anche nella rappresentazione emancipata di FridaysForFuture la (in)formazione assume carattere ascrittivo, sicché "essere studentə" in qualche modo specifica, in chiave generazionale, l'"essere scienziatə" e posiziona il movimento nel dibattito.

Tuttavia, non mancano posizioni critiche nei confronti dell'expertise tecnico-scientifica e del posizionamento della comunità accademica rispetto alla crisi climatica. Secondo [P23m], infatti, «si possono trovare scienziatə per qualunque scuola di pensiero» e perfino ə espertə dell'accademia «tendono a essere conservatorə nel modo in cui comunicano la crisi climatica» (workshop in presenza, 10/07/2020). Secondo lui, se FridaysForFuture volesse proporsi per l'insegnamento dell'educazione ambientale in alternativa a Eni, perderebbe «un pezzetto di verità, di autenticità» perché dovrebbe scendere a patti con modalità "antiquate" di trasmissione del sapere e un certo paternalismo deə scienziatə adultə (ibidem). In una assemblea successiva, [V17f] ha spinto questo ragionamento ancora oltre, osservando che gli interventi eccessivamente tecnici possono avere un effetto negativo sull'engagement deə giovani: «allontanano... la piazza è il momento della protesta!» (12 ottobre, assemblea face-to-face). È la protesta politica a creare coinvolgimento e a spingere avanti il movimento; dunque la conoscenza di cui FridaysForFuture si fa portavoce deve saper mantenere un equilibrio tra tecnicismo cognitivo ed engagement emotivo.

2.3. Pagheremo noi i vostri errori

Questo intreccio di critica e propositività giovanile, tanto nel campo della (in)formazione come in quello della politica (entrambe principalmente "ambientate" a scuola), ci catapulta all'interno della struttura di questa rappresentazione sociale del cambiamento climatico come problema generazionale (Abric, 1984, 1996; Flament, 1989; Quenza, 2005). Come nel caso della rappresentazione sistemica socio-ecologica, il nucleo centrale si addensa intorno a diagnosi e prognosi; tuttavia, in questo caso si problematizzano le cause della crisi climatica in termini di responsabilità deə adultə e si parla dei suoi effetti in termini di costi che pagheranno ə giovani. A questi elementi si lega indissolubilmente anche quella componente della risposta sociale propria deə "Fridays" in quanto attivistə, esattamente come accade nella rappresentazione sociale sistemica del primo paragrafo, con la differenza però che, in questo caso, tale risposta rimanda specificamente ai contesti e alle pratiche giovanili. A riguardo, è stata molto chiara [C14f] quando ha spiegato che il movimento chiede che «l'umanità decida di prendersi la responsabilità di

quello che sta facendo e di quello che è stato fatto negli anni, perché [...] le azioni che facciamo oggi vanno a ripercuotersi sulle persone tra dieci, venti, cinquanta, cento anni», tant'è che quelle «che sono state fatte cinquant'anni fa le stiamo pagando oggi, con le inondazioni, con gli uragani, la siccità».

Un esempio chiaro di come questo nesso tra cause, effetti e risposta sociale funzioni da collante generazionale per ə "Fridays" lo abbiamo avuto durante il già menzionato workshop del "Gruppo Scuola" (10/07/2020), e più specificamente all'interno del tavolo di lavoro su "Mobilitazione e crisi climatica". [Z19m] ci invitava a proporre idee per rinnovare le forme di mobilitazione utili a ingaggiare le scuole, ricostruendo la genesi di FridaysForFuture:

> Una ragazza ha fatto una cosa che nuova non è, però l'ha fatta in modo molto particolare perché ha deciso di mettersi davanti a quel Parlamento ogni venerdì [...] saltando la scuola. Una cosa così banale, che hanno fatto in tantə, in tanti momenti della storia, ha suscitato una certa curiosità e una certa mediaticità che poi ha portato alla creazione di questo movimento. Perché le parole d'ordine erano molto semplici, erano chiare, dicevano una cosa giusta. Perché il modo in cui si mobilitava, in modo continuo, [era] insistente perché è insistente il problema che si prova a combattere. [Questo] ha evidentemente attirato l'attenzione politica di tutte e tutti noi.

[Z19m] descrive il cambiamento climatico come problema "insistente" che rimanda, da un lato, alle cause ed effetti (spiegati in modo "semplice" da Greta nelle sue apparizioni pubbliche), e dall'altro, alle pratiche "continue" di lotta del movimento che ne fanno il carattere distintivo ("davanti a quel Parlamento ogni venerdì"). Diagnosi, prognosi e risposta sociale sono quindi interdipendenti, e in più passaggi di questo estratto sono trattati con lo sguardo di un giovane studente liceale. [Z19m] ricorda, infatti, che è stata una "ragazza" sua coetanea a lanciare il movimento, "saltando la scuola", rivendicando pubblicamente questo gesto (usualmente fatto di nascosto) e risignificandolo in chiave politica di fronte aə giovani di tutto il mondo (che normalmente lo fanno per motivi edonistici). Nelle sue parole trapela anche un atteggiamento ambivalente rispetto alla pratica dello sciopero in piazza, definito "banale" e con una lunga traiettoria alle spalle, ma allo stesso tempo "nuovo" perché "fatto in modo particolare" da Greta: se a scioperare usualmente sono ə lavoratorə, in questo caso sono ə studentə; se i cartelli di solito adornano le piazze e rimbalzano su stampa e televisione mainstream, in questo caso si viralizzano tramite i social media ("una certa mediaticità"), attirando così l'attenzione deə giovani ("tutte e tutti noi"). Vi sono quindi elementi di continuità e discontinuità intergenerazionale nelle pratiche di lotta che entrano a far parte della rappresentazione sociale stessa del climate change, marcando una distanza valoriale ed emotiva rispetto alle generazioni ambientaliste/ecologiste precedenti.

Questo nucleo centrale ha quindi una funzione associativa declinata in prospettiva generazionale. Per esempio, durante un'assemblea (online, 07/09/2020) in cui stavamo discutendo per la prima volta dei temi da problematizzare durante il global strike di ottobre, [G25f] propose di attingere a quelli trattati già in "Ritorno al Futuro": un investimento serio sulle energie rinnovabili per ridurre significativamente le emissioni, un sistema di incentivi e disincentivi per le imprese, e riforme sul sistema di trasporti. [G25f] parlava in collegamento Zoom da casa e, mentre avanzava questa proposta, si è alzata dal divano, si è seduta alla sua scrivania e ha cominciato a sfogliare un taccuino in cui aveva raccolto appunti durante gli incontri preparatori della campagna. Ci ha colpito perché la "postura" è cambiata quando il suo intervento è entrato nel tecnico: parlare delle tematiche da rivendicare durante lo sciopero (risposta sociale) l'ha spinta a "ripassare" quanto già "studiato" (la scrivania, il taccuino) per quella campagna, onde ricostruire la causa principale del cambiamento climatico (emissioni di gas inquinanti) e di lì proporre soluzioni "competenti" volte a contrastarne o mitigarne gli effetti (uscire dall'energia fossile attraverso investimenti alternativi e riforme). Nella sua gestualità e nei contenuti che portava si annodavano cause, effetti e risposte da dare al problema climatico; [G25f] rappresentava la determinazione di una giovane studentessa pronta a prepararsi per sostenere la disputa climatica con il sapere appreso dentro gli ambienti ibridi della militanza e della competenza tecnica, attraverso la lotta e lo studio intese come pratiche identificative deə "Fridays" in quanto giovanə (e) attivistə.

A ben vedere, come per il nucleo centrale della rappresentazione socio-ecologica del cambiamento climatico, questo nesso causa/effetti/risposte è talmente stabile da rendere difficile l'identificazione del sistema periferico di questa rappresentazione generazionale (Abric, 1984, 1996; Flament, 1989). Né durante le attività etnografiche né durante i focus group abbiamo rilevato contrasti di sense-making che ci indicassero componenti strutturali capaci di diversificare la percezione del cambiamento climatico dal punto di vista giovanile. Tuttavia, un caso di "polifasia cognitiva" (Moscovici, 1984; Bauer e Gaskell, 1999; Wagner e Hayes, 2005; Wagner, 2007) è emerso durante il workshop del "Gruppo Scuola" (10/07/2020), quando si è attivata una discussione circa la digitalizzazione dei libri. [Z19m] proponeva di abbandonare il cartaceo e promuovere la distribuzione di libri di testo online, onde ridurre la produzione di carta (ergo la deforestazione) che incide sul riscaldamento globale. Tuttavia, [P23m] ha replicato che produrre dispositivi elettronici è comunque dispendioso dal punto di vista energetico; il sistema migliore, secondo lui, sarebbe stampare meno libri e condividerli fra classi, o in alternativa stamparli con materiali più ecologici. In questo scambio, le cause (produzione di carta e dispositivi) e gli effetti (riscaldamento globale ed

emissioni di gas inquinanti) del cambiamento climatico vengono pensati immediatamente in termini di risposta sociale (digitalizzazione dei libri o diversificazione/riduzione della stampa). Pur essendoci consenso intorno all'obiettivo primario di contenere le emissioni inquinanti, non vi è unanimità rispetto a quale strategia adottare per raggiungerlo. Il posizionamento del movimento rispetto alla digitalizzazione dei libri è dunque modulato attraverso un "calcolo" dei cambi di emissione fra libri stampati e libri digitali, entro un bilanciamento tra giustizia climatica e giustizia sociale che avevamo già rintracciato nella discussione sul finanziamento di nuove autostrade (di cui al primo paragrafo). Anche in questo caso, vengono a scontrarsi obiettivi politici che attingono alla giustizia climatica (riduzione o contenimento delle emissioni inquinanti) e alla giustizia sociale (garanzia o allargamento dell'accesso all'istruzione) a partire da una questione concreta (accessibilità dei libri). Nuovamente, notiamo come la prima sia reggente rispetto alla seconda, di modo che, nel bilanciamento tra condizione socio-economica degli studenti ed emissioni inquinanti, la soluzione evidenziata (il book sharing e la stampa su materiali ecologici) è perlopiù mirata al risparmio energetico. L'accessibilità di risorse strategiche (i libri come le autostrade) come garanzia di eguali diritti e opportunità funziona anche in questo caso da elemento periferico, più instabile ed eventualmente "sacrificabile". Tuttavia, in questo caso il punto di osservazione è quello giovanile che connota in chiave generazionale anche il sistema periferico della rappresentazione sociale in quanto connessa al tema della formazione.

2.4. Dentro e oltre la scuola: coping e confini identitari

Anche i meccanismi di ancoraggio e oggettivazione (Moscovici e Hewstone, 1983; Wagner *et al.*, 1995) attraverso cui ə "Fridays" familiarizzano con il climate change sono spesso connotati in chiave generazionale in quanto lo interpretano sulla base di esperienze personali intimamente connesse al loro "essere giovani". La scuola, il trasporto urbano, il quartiere sono ambiti di prossimità a cui ə attivistə ancorano la crisi climatica riconoscendola in oggetti tangibili che immediatamente si traducono in vertenze politiche da militare. Lo abbiamo visto, per esempio, durante un'assemblea (online, 29/09/2020), quando [C14f] disse: «è uno schifo che nelle scuole si buttano quattordicimila mascherine al giorno: [...] quelle usa e getta vanno contro qualunque principio per cui mi batto da anni». Per questo, [C14f] aveva deciso di usare quelle di stoffa, nonostante il divieto, finché una professoressa non l'ha fermata nel corridoio dicendole che non era permesso. Nelle parole e nelle scelte dell'attivista, il cambiamento climatico è ancorato al

contesto scolastico e alla routine della didattica (seppur cambiata dalle misure di prevenzione imposte dalla crisi sanitaria da COVID-19), ed è oggettivato nell'utilizzo delle mascherine chirurgiche che, in quella fase, il Ministero dell'Istruzione aveva imposto a scapito di quelle di stoffa. Questa norma ha generato un impatto ambientale negativo provocato dai processi di produzione e smaltimento delle mascherine cui [C14f] ha reagito disobbedendo al divieto d'uso di quelle di stoffa. In questo meccanismo di ancoraggio e oggettivazione la dimensione generazionale emerge non solo nella scelta della sfera di prossimità (la scuola, i corridoi, le classi), ma anche nel contrasto tra percezioni differenti del problema tra coorti d'età diverse (Howarth, 2006), rappresentate in questo caso dalla professoressa e dal Ministero. Dal punto di vista dell'insegnante, infatti, [C14f] stava contravvenendo a una regola ministeriale; dal punto di vista di [Cf14], invece, il corpo docente stava mettendo a repentaglio il futuro della sua generazione dal momento che non considerava le implicazioni dell'uso delle mascherine chirurgiche in termini di inquinamento e impatto ambientale.

Durante un'assemblea con i collettivi studenteschi romani (11/09/2020) abbiamo rilevato ulteriori meccanismi school-based di ancoraggio e reificazione del climate change, allorquando ə partecipanti hanno snocciolato liberamente idee e parole-chiave utili a identificare i legami tra cambiamento climatico ed esperienza scolastica e, di lì, articolare le vertenze da reclamare durante il global strike. Dalla discussione sono emersi tre grandi temi su cui si sentiva l'urgenza di attivarsi: qualità dell'educazione ambientale, sostenibilità del trasporto pubblico, ed efficientamento energetico dell'edilizia scolastica. Ciascuna tematica ha funzionato da ambito di anchoring in cui ə "Fridays" familiarizzavano con la crisi climatica nel proprio quotidiano, oggettivandola e riconoscendola in elementi concreti (Walmsley, 2004) quali lezioni, veicoli della mobilità urbana ed edifici scolastici. Le tre tematiche sono state poi tradotte in azioni di protesta nell'autunno del 2020. Per l'educazione ambientale, per esempio, si è realizzato un workshop (in presenza, 02/10/2020) in cui ə partecipanti hanno redatto una vera e propria "pagella della crisi climatica", valutando quanto e come la didattica (contesto di ancoraggio) trattasse adeguatamente la vertenza climatica. Questo esempio mette proprio in evidenza come ə "Fridays" esperiscono il cambiamento climatico nella loro quotidianità. Calata del mondo dell'istruzione, la crisi climatica è dunque un fenomeno che interessa ə giovani in primis. Sono loro a farsi carico di questo peso e a trovare soluzioni concrete per rispondere al problema attraverso scioperi, campagne di sensibilizzazione e informazione.

Tuttavia, l'appropriazione generazionale del cambiamento climatico tra ə "Fridays" non si esaurisce in questi processi di sense-making radicati nella scuola. In diverse occasioni, infatti, abbiamo assistito ad attriti tra collettivi

studenteschi e altrə attivistə di FridaysForFuture-Roma perché non vi era consenso sulla priorità delle vertenze politiche o sui processi organizzativi. Per esempio, alcunə licealə hanno criticato la scaletta degli interventi che si sono succeduti durante il global strike dell'autunno 2020 perché, a loro parere, poco vicini alle problematiche scolastiche. A riguardo, [U18m] ha commentato che ə studentə delle scuole superiori avrebbero voluto porre maggiormente «l'accento non su FridaysForFuture ma sull'essere studentə» (assemblea in presenza, 12/10/2020). Durante uno dei focus group, [V17f] ha ricordato quell'assemblea in questi termini:

> Mi ricordo una discussione tra noi [studentə] che dicevamo di voler legare [il cambiamento climatico] più alla scuola, come le strutture non siano ecosostenibili; e ci veniva detto [da ə "Fridays"] che volevamo sempre buttare la scuola in mezzo. […] [Il cambiamento climatico] era un po' una lotta che alla fine sentivi come tua. […] Io sono una studentessa quindi porto avanti la lotta al cambiamento climatico nel mio ambito di essere studentessa e quindi a partire dalla mia scuola. ([V17f], focus group online, [data])

Anche [Z19m], durante lo stesso focus group, ha recriminato una «distanza [...] automatica fra noi (i.e., ə studentə) e [...] quello che si considerava il vero gruppo deə "Fridays"», la quale, a suo parere, «ha creato un gruppo meno solido, meno unito e con meno rivendicazioni comuni». In questi racconti c'è un "noi" e un "loro" che distingue il movimento studentesco da FridaysForFuture entro un conflitto identitario in cui il primo spinge per avvitare sempre e comunque le rivendicazioni del secondo alle problematiche scolastiche, mentre questo cerca di includerle all'interno di una più ampia e variegata gamma di vertenze costruita anche a livello nazionale e sovranazionale. In altre parole, l'identità studentesca dei collettivi liceali fa da filtro (Jaspal e Breakwell, 2014) più stringente rispetto all'assorbimento della concezione generazionale del cambiamento climatico, tale per cui questo viene riportato sempre al contesto educativo (in cui si costruisce e alimenta il senso dell'essere giovani) e alle forme di organizzazione e mobilitazione che lì prendono vita.

In FridaysForFuture, invece, l'essere giovani include costitutivamente la scuola come contesto di appartenenza e di lotta, ma non si esaurisce in essa. Difatti, FridaysForFuture ha partecipato al corteo convocato dai collettivi studenteschi poco prima del global strike (25/09/2020) e questi ultimi, a loro volta, hanno poi riempito la piazza di convocazione per quella giornata di mobilitazione internazionale (09/10/2020). Collettivi studenteschi e FridaysForFuture sono quindi soggetti diversi con agende che si implicano a vicenda, tali per cui FridaysForFuture si fa portavoce di un attivismo climatico che include ed eccede quello studentesco. La necessità di collegare le due

date risponde alla necessità di ribadire questo concetto (comunanza di temi) mantenendo però l'indipendenza identitaria di FridaysForFuture (separazione dei movimenti). Pertanto, nella retroazione della concezione generazionale del climate change (Wagner *et al*., 1999) sull'identità collettiva (deə giovani studentə e deə giovani "Fridays") viene in evidenza la distinzione tra i due movimenti.

Tuttavia, questo stesso ragionamento conferma la tenuta associativa e la capacità di identificazione del posizionamento rispetto al climate change (Wagner *et al.*, 1999). Se è vero che essere studentə non necessariamente coincide con essere "Fridays" e che essere "Fridays" non si esaurisce nell'essere studentə (rispetto a come e dove si percepisce e si contrasta il cambiamento climatico), è altresì vero che tanto i collettivi studenteschi quanto FridaysForFuture concepiscono indiscutibilmente il cambiamento climatico come un problema generazionale. Questo posizionamento è talmente pacifico che, anzi, il conflitto identitario si sprigiona proprio a partire da questa convergenza di percezioni: riguarda, appunto, la perimetrazione dei meccanismi di coping ma non anche la pertinenza del cambiamento climatico alla vita deə giovani. Tanto è così che sul gruppo WhatsApp non vi sono stati scambi a supporto o a scapito dell'idea che la crisi climatica sia un problema generazionale (e per questo non abbiamo riportato screenshot in questo secondo paragrafo del capitolo): non c'è da discuterne, è un'idea così assodata tra ə giovani che si mobilitano per il clima (al netto che siano studentə o meno, che si mobilitino nella scuola e con le prassi proprie del movimento studentesco o meno) che, come discuteremo nel prossimo capitolo, diventa leva retorica e caratteristica identificativa del movimento e delle sue pratiche politiche online e offline.

3. Pratiche d’uso dei social media

Questo capitolo analizza il modo in cui ə attivistə di FridaysForFuture-Roma *abitano* i social media. Usiamo volutamente questo termine perché restituisce efficacemente l’idea secondo cui le piattaforme sono veri e proprio “ambienti” addizionali per l’attivismo (boyd, 2011) e, dunque, sintetizza le premesse teoriche del nostro approccio ibrido, situato e prasseologico all’attivismo digitale (Chadwick, 2013; Trerè, 2019; Mattoni, 2020). Parlare di “abitare”, infatti, ci consente di dare conto non solo degli usi delle piattaforme ma anche dei processi di attribuzione di senso ad essi abbinati, nonché di ancorare tutto questo ai luoghi e alle pratiche di lotta del movimento. Abitare in un luogo anzitutto significa “starci”: dunque, la nostra analisi prende piede da quello che ə “Fridays” fanno concretamente con le piattaforme, come *ci vivono dentro*. Inoltre, abitare quel luogo rimanda anche a come lo riempiamo, ai valori, alle credenze e alle regole che lo starci implica: pertanto, la nostra analisi tiene conto anche di come ə “Fridays” *se lo vivono*. Infine, abitare significa appropriarsi di uno spazio, ritagliarsene uno proprio all’interno di un contesto geografico e culturale più grande: dunque, la nostra analisi considera anche come ə “Fridays” *occupano* gli spazi digitali nonché la relazione fra questi e i luoghi fisici, osservando le strategie e le logiche di lotta specifiche.

Con queste premesse sullo sfondo, il capitolo dà quindi conto di due modi principali di abitare i social media da parte deə “Fridays”: da un lato, come *ambienti privilegiati dell’attivismo* che, prestandosi al raggiungimento di diversi obiettivi politici e audience, ospitano processi di sense-making in cui specifiche prassi politiche e mediali si definiscono a vicenda; dall’altro, come *ambienti propri deə giovani* che richiedono specifiche competenze digitali e stili comunicativi che marcano veri e propri confini tra generazioni di attivistə di diverse età. Di conseguenza, il capitolo si struttura in due paragrafi: il primo analizza gli usi e i significati politici dei social media da parte deə

“Fridays” *in quanto attivistə*, e dunque illustra le pratiche di lotta per la giustizia climatica agite dentro e oltre i social media, evidenziando le norme, i valori e le convinzioni che le guidano; il secondo paragrafo, invece, si focalizza sugli usi e i significati politici dei social media da parte deə “Fridays” *in quanto giovani*, dando quindi conto dei processi di appropriazione generazionale delle piattaforme e della definizione identitaria che ne deriva.

Le due letture degli usi politici dei social media (i.e., come “roba” da/per attivistə e da/per giovani) si trovano in rapporto di genere a specie l’una con l’altra, proprio come i vissuti legati all’esperienza climatica che abbiamo discusso nel Capitolo 2. Questa struttura “a imbuto” accompagna chi legge dentro l’habitat naturale dell’attivismo giovanile per il clima, restituendo così un quadro interpretativo sfaccettato di quella che vorremmo chiamare l’“esperienza tecnopolitica” deə attivistə di FridaysForFuture-Roma, modellata dentro e fuori le piattaforme.

1. “Roba” da/per attivistə

1.1. Una pratica di lotta tra le altre

Durante la nostra permanenza nel gruppo di FridaysForFuture-Roma abbiamo constatato che ə attivistə lottano per il clima senza soluzione di continuità tra spazi offline e online. Un esempio vivido lo abbiamo avuto già durante le assemblee organizzate in fase di emergenza sanitaria da COVID-19. Quando potevamo riunirci in presenza (nel rispetto delle misure di distanziamento vigenti), era comunque accesa una stanza Zoom per consentire la partecipazione di coloro che non potevano o volevano incontrarsi di persona. In questi casi, il computer e, dunque, chi seguiva da remoto, sedevano letteralmente in mezzo a noi; per garantire che gli interventi fossero udibili nitidamente anche da casa, ci passavamo un cellulare (anch’esso connesso alla stanza Zoom) che funzionava così da “microfono a gelato” per noi che eravamo riuniti in presenza e volevamo interagire con chi non lo era. Anche le regole di intervento e di gestione dell’assemblea, maturate durante il lockdown quando ci si incontrava solo su Zoom, interferivano e ridefinivano la dinamica presenziale: per prendere la parola, si poteva indistintamente alzare la mano o inviare un asterisco nella chat di Zoom; per mostrare consenso si inviavano “+” in chat mentre si utilizzavano gli applausi silenziosi in lingua dei segni in presenza. La sintassi dello spazio online trovava immediata trasposizione nella gestualità dell’ambiente offline.

Anche la partecipazione alle azioni di protesta è pensata entro questa con-

tiguità e reciproca interferenza tra i due mondi dell'offline e online e, in questo senso, i social media sono vissuti daə "Fridays" come costitutivi delle pratiche di politica dal basso (Vaccari *et al.*, 2015; Mattoni, 2020), al punto che vengono descritti come una «piazza contigua e surrogata» ([P23m], assemblea online, 09/11/2020) dell'azione offline. A questa visione ecologica e prasseologica dei social media come ambienti addizionali dell'attivismo (boyd, 2011) se ne affianca poi un'altra, più deterministica, tale per cui ə attivistə attribuiscono alle piattaforme un «potere estremo» ([H23m], focus group online, 11/12/2020), convintə che «ormai si muovono mondi con i social!» ([Z19m], workshop in presenza, 10/07/2020). Queste due visioni possono apparire in contraddizione tra loro, in quanto la prima rimanda a una concezione dei media digitali che valorizza il legame tra materialità e performatività, sia umana che tecnologica (Nicolini, 2012; Shove *et al.*, 2012), e che per questo esclude logicamente a priori la possibilità di osservare la relazione tra media e società solo nei termini riduttivi di effetti degli uni sull'altra (Knoblauch, 2019), come invece il tecno-determinismo tende a fare quando consegna il "potere" alle piattaforme anziché all'utenza. A ben vedere, però, tra ə "Fridays" le due visioni coesistono nei termini in cui tale "potere" di mobilitazione delle piattaforme rimanda alla loro capienza e, dunque, alla loro capacità di ospitare e, di lì, attivare "mondi". I social media sono pensati e "occupati" come luoghi ampi e reticolari che intercettano e raccolgono capillarmente bacini allargati di utenti da coinvolgere nelle proteste, secondo una logica connettiva dell'azione politica che ridefinisce ruoli e processi organizzativi (Bennett e Segerberg, 2013), ricalcando il "modello chimico" già evidenziato da Bakardjieva (2015).

La strumentalità delle piattaforme è invero l'anticamera di una concezione raffinata della relazione tra media digitali e lotta politica che guarda alla loro reciproca influenza (Toret *et al.*, 2015; Trerè e Barranquero, 2018), la quale a sua volta riguarda sia la performance politico-identitaria di frontstage che i processi organizzativo-identitari di backstage. Nell'autunno 2020, ad esempio, ə attivistə che scendevano in piazza condividevano ogni giorno foto e video dal vivo sul gruppo WhatsApp, coinvolgendo coloro che, per diversi motivi, non potevano essere presenti; questə, a loro volta, partecipavano all'azione rispondendo con emoji e commenti che motivavano chi stava in piazza. Il contagio digitale (Gravante, 2016) circolava entro il gruppo WhatsApp attraverso un'interazione continua in tempo reale che manteneva vivo quel senso di "connessione universale" e "appartenenza identitaria" già riscontrato da Milan e Barbosa (2020): ə WhatsApper supportavano emotivamente la manifestazione al pari deə bystander. Qualcosa di analogo è accaduto in occasione dello sgombero del Cinema Palazzo (un edificio nel quartiere romano di San Lorenzo occupato e autogestito da diverse realtà della

società civile dal 2011) che ha accolto diverse volte le assemblee di FridaysForFuture-Roma (*cfr*. Fig. 14).
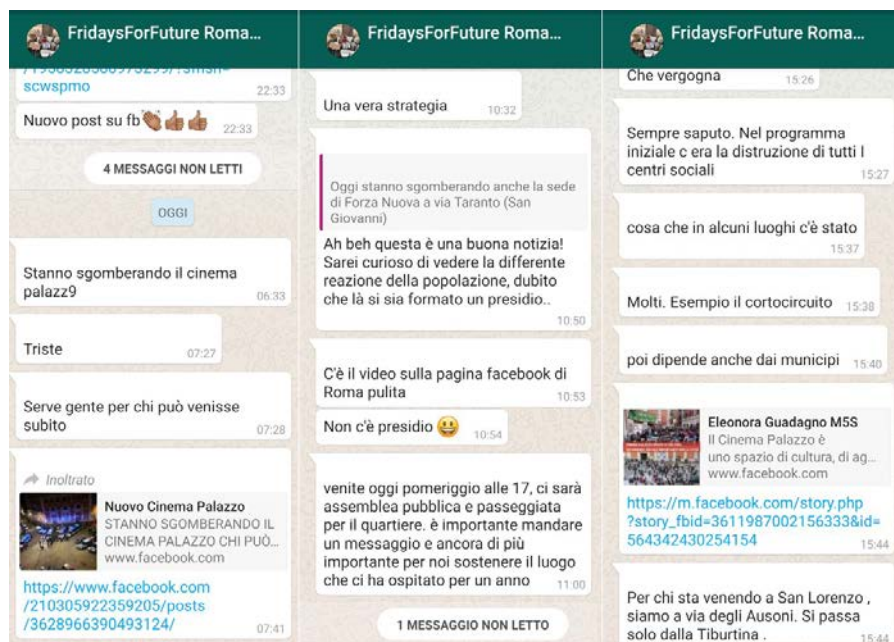
Fig. 14 – Scambio di commenti e iniziative circa lo sgombero del Cinema Palazzo

La notizia stessa dello sgombero è stata diramata sul gruppo WhatsApp per allertare ə attivistə e invitarlə a recarsi all’assemblea pubblica convocata nel pomeriggio, dove discutere la strategia di difesa dello spazio. Anche in questo caso, quindi, le emozioni legate ad uno spazio sentito come proprio sono state catalizzate sulla piattaforma e sono poi precipitate in una partecipazione massiva all’assemblea.

Questo “travaso” continuo tra online e offline regola anche il design delle proteste. Ci è risultato evidente durante un’assemblea (online, 30/11/2020) in cui, nell’immaginare un’azione di protesta fisica per un friday strike, ə attivistə avevano fissa in mente anche la sua versione digitale, che ridefiniva a sua volta cosa fare offline. Nello specifico, [G25f] propose di far sfilare lungo una via di Roma diverse persone che componessero «una frase distanziata e itinerante spalmata su vari cartelli»; questo, a suo parere, avrebbe catturato l’attenzione di chi passeggiava, chiamandolə a leggere l’intera frase, cartello dopo cartello. Secondo [L25f], questa idea era vincente anche da un punto di vista della comunicazione social; per questo, immediatamente rilanciò sul realizzarla «lungo via del Corso (i.e., via centrale piena di negozi), [così]

riprendiamo con un video qualcunə di noi che fa ə passante e legge; [...] e poi andiamo a Montecitorio (i.e., sede della Camera deə Deputatə, situata alle spalle di via del Corso) e facciamo foto lì [...], sia perché è luogo del potere, sia perché è venerdì» e gli scioperi si fanno davanti alle sedi istituzionali. Nella sua idea di trasformare una sfilata di cartelli in un video catchy, di facile condivisione sui social media e coerente con lo stile comunicativo e le prassi politiche di FridaysForFuture, traspare l'osmosi tra attivismo offline e online: ciò che avviene in un regno è pensato ed agito immediatamente in funzione di ciò che avviene nell'altro, perché la protesta politica è innervata da quella digitalmente mediata e viceversa.

Tale vissuto è talmente radicato che le restrizioni imposte dalla pandemia da COVID-19 non hanno ostacolato le attività del movimento, né hanno interferito con le logiche che generalmente sovrintendono ai cortei e ai presidi svolti nelle piazze della città. Come ha ammesso [M20m], i tipi di azione fattibili «si sono un po' ridotti» ma ə "Fridays" hanno trovato il modo di «protestare senza dover uscire di casa» (evento pubblico online, 19/12/2020). E così, a Forlì è stato organizzato uno "shoe strike" in cui ə attivistə «hanno raccolto duemila paia di scarpe [...] e hanno riempito praticamente metà della piazza più grande della città [...]; e questa cosa ha avuto un certo impatto perché è stato come dire che "là ci sono delle persone che ci vorrebbero essere ma non possono"» (ibid.). L'effetto di massiva partecipazione a una protesta era, in questo caso, materializzato nella presenza di tante scarpe in piazza.

Con questa stessa logica e per ottenere lo stesso effetto, il global strike della primavera 2020, svoltosi in pieno lockdown, è stato organizzato radunando una miriade di icone intorno a Montecitorio, attraverso un servizio di geolocalizzazione fittizia appositamente creato. Ogni icona rappresentava le persone che partecipavano virtualmente alla protesta senza "assembrarsi" fisicamente (in ottemperanza alle restrizioni del tempo).

> Ci è capitato di fare [...] una sorta di global strike alternativo quando c'è stato lo sciopero del 24 aprile 2020: avremmo voluto fare un'enorme massa umana che si assembrava intorno a Montecitorio, però purtroppo gli assembramenti non si potevano fare; quindi ce ne siamo statə tuttə a casa ma abbiamo creato un servizio online in cui le persone potevano prendere una iconcina (un alberello, una persona con un cartello, etc.) e posizionarla vicino a Montecitorio, geolocalizzandosi lì [...]. E questa cosa ha avuto un successo insperato, [...] siamo riuscitə a far partecipare un sacco di gente ([M20m], evento pubblico online, 19/12/2020).

Sempre in quel periodo, ha preso il via il "cameretta tour" che, come ci ha raccontato lo stesso [M20m], è consistito in «un giro enorme di dirette Instagram in cui [ə "Fridays" invitavano] artistə, scienziatə, divulgatorə e altre persone note a fare una diretta con [loro]» (ibid.) per discutere di crisi

climatica e tematiche affini. Questa iniziativa è stata particolarmente efficace perché ha consentito di raggiungere la fanbase di tali personaggi famosə che «si portavano dietro ə proprə follower» (ibid.). Si è quindi continuato a protestare online, in un caso (cameretta tour) per raccogliere partecipazione, e nell'altro (geolocalizzazione di icone) per spenderla, a riprova del fatto che «l'attivismo, fatto bene, può avere una risonanza pazzesca anche senza farlo dal vivo», e quindi «spostare tutto online è fattibile» ([Cf14], assemblea online, 26/10/2020).

La vera sfida del movimento, dunque, non è districarsi tra l'online e l'offline, bensì trovare sempre nuove modalità per ingaggiare le proprie audience, dando così prova di come per ə "Fridays" l'attivismo digitale non sia un low-effort engagement ma una pratica di lotta al pari delle altre (Vaccari *et al.*, 2015; Dennis, 2018). Queste considerazioni valgono ancora di più se consideriamo che persino la definizione dei temi da rivendicare durante il global strike di ottobre 2020 (questione, evidentemente, di ordine politico) è avvenuta nelle maglie della deliberazione collettiva in merito a quale hashtag usare per lanciare la giornata di proteste (questione, evidentemente, di ordine mediatico). In assemblea (in presenza, 28/09/2020), si è aperto un brainstorming collettivo in cui è emersa la necessità, da un lato, di innestarsi sul piano europeo della discussione politica (a riguardo, [L25f] ha detto: «l'hashtag va agganciato al Recovery Fund») e, dall'altro, di catturare l'attenzione della popolazione e dei media italiani (a riguardo, [G25f] ha detto «l'hashtag va fatto in italiano perché deve arrivare anche all'italianə mediə»). Alla fine si è deciso per #RecoveryPlanet per giocare ironicamente con il nome del fondo europeo; decisione che è stata poi accolta anche da altri gruppi locali italiani. L'ostacolo linguistico è stato messo in secondo piano in ragione della centralità del tema del debito intergenerazionale ([L25f], a riguardo, ha detto: «stanno decidendo dei nostri soldi, è un debito che pagheremo noi») e dunque dell'urgenza di posizionarsi chiaramente rispetto alle politiche pubbliche sovranazionali in discussione in quel momento.

In questo processo di definizione e immediata traduzione dei contenuti politici in sintassi di piattaforma si concretizza proprio il carattere costitutivo e organizzante che i social media hanno ormai nell'attivismo. Nel vissuto deə "Fridays", l'hashtag è proprio «lo striscione social» perché traduce le parole d'ordine della piazza in «forma social» e, di lì, raduna le persone dietro una lotta comune: «è una cosa dietro la quale possono mettersi tutte e tutti, che crea una community» ([H23m], focus group online, 11/12/2020). La sintassi di piattaforma diventa un vero e proprio strumento politico perché fisicamente chiama a raccolta (negli spazi fisici e digitali) chi vuole combattere per la giustizia climatica, e intanto sintetizza l'agenda in un "titolo" capace di connotare il movimento e la sua lotta agli occhi dell'opinione pubblica.

L'hashtag è un titolo [...] che si dà ad un racconto. Mi piace molto pensare a una piazza come a un racconto [...]; e l'hashtag o lo striscione [...] rappresenta la folla di gente che c'è dietro ([G25f], focus group online, 11/12/2020).

In questi racconti traspare come le pratiche di lotta si infiltrano negli ambienti digitali dove, evidentemente, è importante trovare strumenti analoghi a quelli usati nel mondo offline: così l'uso dell'hashtag viene piegato al fabbisogno di concentramento e tematizzazione che generalmente in piazza viene soddisfatto con gli striscioni. D'altro canto, la sintassi di piattaforma si insinua nelle pratiche di lotta al punto che gli hashtag vengono replicati su striscioni e cartelli che sfilano nelle piazze, restituendo quel senso di "affollamento" che possiamo sentire quando seguiamo le conversazioni hashtag-driven online. Come ha sintetizzato [J24m], «l'utilizzo dell'hashtag è semplicemente la versione tecnologica digitale di quello che è sempre stato lo spontaneismo verbale dei movimenti» (focus group online, 11/12/2020): parole d'ordine, slogan e rivendicazioni prendono piede e si contagiano senza soluzione di continuità nelle reti informali deə attivistə, siano esse online o offline (Gerbaudo e Treré, 2015; Gravante, 2016).

1.2. Media activist ideologies: usi diversificati delle piattaforme e strategie di attivismo

Scrutinando in profondità questa visione dei social media come spazi costitutivi dell'attivismo, abbiamo notato che per ə "Fridays" ciascuna piattaforma ha una sua specifica destinazione d'uso politico. A riguardo, è stato chiaro [J24m] quando ha detto: «ogni necessità ha una sua piattaforma, [...] utilizziamo quello che c'è di più comodo» (focus group online, 11/12/2020). In queste parole rintracciamo una "media ideology" *à la* Gershon (2010) che funziona da vera e propria strategia politica. Nel vissuto deə "Fridays" i social media sono un sistema mediatico ibrido in cui vanno mobilitate logiche e discorsi politici diversi a seconda della piattaforma che si abita (Chadwick, 2013). Già a monte, nella distinzione *de facto* che essə tracciano e agiscono tra piattaforme di frontstage e di backstage (la stessa identificata da Trerè, 2019), riscontriamo un mix tra sense-making comunicativo (i.e., la convinzione per cui ogni canale ha una funzione comunicativa) e sense-making politico (i.e., la convinzione per cui ogni canale ha una funzione politica) che finisce per delineare una vera e propria "media activist ideology" tale per cui si diversifica la gestione dei social media sulla base delle convinzioni legate alle prassi politiche che, a loro volta, prendono forma in base alle convinzioni maturate dentro e riguardo i social media. Siccome «non è solo la visibilità

[che conta] ma anche organizzar[s]i per far andare le cose "virali", come dicono i giornali» ([M20m], assemblea online, 26/10/2020), serve spaziare all'interno dell'ecologia di piattaforme (Barnes, 2008; Trerè, 2019) in base alla finalità politica che si persegue, facendo leva sulle opportunità comunicative che i diversi social media offrono. Così, si sta su Facebook, Instagram, Twitter e TikTok in quanto "palcoscenico" dell'azione politica; e intanto si lavora "dietro le quinte", su WhatsApp e Telegram, per costruire quell'azione e consolidare il posizionamento ideologico del movimento.

1.2.1. Attivismo digitale di frontstage

Le piattaforme di frontstage sono usate e percepite per mettere in scena l'immagine pubblica del movimento e comunicare verso l'esterno per raggiungere un pubblico il più ampio possibile, al fine di allargare la portata del movimento e sensibilizzare capillarmente la cittadinanza sulla crisi climatica. Per questo, ə attivistə si spostano principalmente tra Facebook, Instagram, Twitter e TikTok a seconda del significato che vi assegnano e/o dei pubblici che ci visualizzano dentro. Differenziano così le proprie strategie politiche e comunicative, adeguandosi a oppure innovando gli "idioms of practice" (Gershon, 2010) che vigono in ciascun ambiente.

Un primo criterio di differenziazione, che [J24m] definisce "di interazione", vede Instagram come piattaforma di iniziazione/avvicinamento al movimento e alla lotta per il clima, mentre Facebook come piattaforma di follow-up:

> Instagram lo usiamo molto per cominciare, perché chi scrolla mette il cuoricino, legge, continua a scrollare e la speranza è che l'informazione venga immagazzinata. Facebook lo usiamo per gli eventi: nascono lì perché lì si possono fare. La gente commenta e nascono discussioni interessanti. Quindi [...] c'è [una distinzione] di interazione (focus group online, 11/12/2020).

In questa descrizione, la differenziazione tra Instagram e Facebook rimanda alle due diverse finalità politiche di sensibilizzazione e convocazione che il movimento persegue. Nonostante, nei fatti, entrambe le piattaforme ospitino contenuti informativi e chiamate all'incontro, nel vissuto di [J24m] le diverse affordance di piattaforma invitano ad usi politici altrettanto diversi (Comunello, Mulargia e Parisi, 2016): lo scrolling su Instagram abilita la sensibilizzazione, mentre la creazione di eventi su Facebook facilita la convocazione; il primo permette di avvicinarsi al movimento e alla lotta per il clima grazie all'appeal visivo dei contenuti e al basso engagement richiesto

(il "cuoricino" su un post), mentre i secondi consentono di pubblicizzare le attività ongoing di FridaysForFuture e portano le persone agli incontri. Le due piattaforme sono così complementari: si immaginano i pubblici di FridaysForFuture migrare dall'una all'altra e di lì agli incontri fisici, in una catena virtuosa che prevede contiguità tra mondo online e offline. Come riassume [H23m], infatti, «il punto centrale è come [dal coinvolgimento online] quella persona poi partecipa alle piazze e viene in assemblea» (focus group online, 11/12/2020) perché altrimenti «i social finiscono per ospitare un mero e superficiale scambio di opinioni, viene a mancare il momento di sintesi nel dibattito e diventa difficile fare gruppo» ([B21f], focus group online, 11/12/2020). Dunque, immaginare Instagram e Facebook come piattaforme di frontstage li rende automaticamente implicati in una concatenazione di prassi politiche (avvicinamento-coinvolgimento) che prendono forma nelle negoziazioni di senso con le affordance di ciascuna piattaforma (Nagy e Neff, 2015).

Tuttavia, [B21f] ha proposto un ulteriore criterio di differenziazione che rimanda a una sorta di gerarchia tra Facebook e Instagram: nonostante Greta Thunberg abbia lanciato il movimento su quest'ultima, per lei è Facebook «la grande piattaforma-base, la grande navicellona spaziale», mentre Instagram lo considera «più effimero» (focus group online, 11/12/2020). [G25f] ha precisato meglio questa diversa attribuzione di valore, ricostruendo le origini del movimento in Italia:

> I primi gruppi delle prime città erano su Facebook, ci siamo conosciuti attraverso quella piattaforma. È la piattaforma-madre da cui siamo partitə ma poi li abbiamo usati praticamente tutti [i social media]: si tratta di capire quali punti raggiungiamo con un pubblico o con l'altro. ([G25f], focus group online, 11/12/2020)

Dalle sue parole, emerge quasi una genealogia delle piattaforme usate da FridaysForFuture-Roma, seguendo la quale si ripercorre la nascita e lo sviluppo del movimento stesso che, via via, matura politicamente perché va affinando e diversificando strumenti e strategie comunicative in funzione dei diversi pubblici che si sono voluti raggiungere.

L'uso di Twitter, a questo riguardo, è emblematico: fin dal suo inserimento nell'arsenale politico di FridaysForFuture, «è [stato] immaginato per organizzazioni, partiti, personaggi politici» ([M20m], assemblea online, 26/10/2020). In quanto attivistə, ə "Fridays" riconoscono l'importanza di attrarre l'attenzione dei media e di interpellare le istituzioni politiche deputate a implementare policy di contrasto al cambiamento climatico; e, in quanto social media user, sanno che Twitter è l'ambiente più fertile dove intercettarle (al pari delle manifestazioni e presidi davanti alle sedi delle istituzioni).

Si tratta, in sostanza, di una presenza legata a due obiettivi politici molto specifici, la «visibilità [mediatica]» e le «risposte istituzionali» ([A34f], assemblea in presenza, 28/09/2020).

Mentre su Instagram e Facebook ə attivistə intervengono adeguandosi alle prassi d'uso esistenti e a quello che per loro è l'uso suggerito dalle affordance (avvicinamento da scrolling versus follow-up da eventi), nel caso di Twitter forzano gli "idioms of practice" (Gershon, 2010) vigenti con azioni di protesta che lə contraddistinguono. Scatenano le cosiddette "*tweetstorm*" (anche note come *tweetbombing*) già accennate nel capitolo precedente, ovvero azioni coordinate su scala nazionale in occasione di eventi mediatici o politici (ad esempio, un programma televisivo, una votazione o una ricorrenza) in cui ə attivistə concordano i contenuti da twittare simultaneamente dai propri account personali per provocare discussioni diffuse e, auspicabilmente, costruire veri e propri trending topic che diano visibilità in tempo reale alle loro rimostranze. Un esempio significativo di *tweetstorm* è avvenuto in fase di approvazione del Recovery Fund, quando ə attivistə hanno twittato nella stessa fascia oraria lo stesso testo e gli stessi hashtag per chiedere un'allocazione più efficace dei fondi da destinare alla riconversione ecologica nell'ambito del già menzionato programma di finanziamento europeo Next Generation EU (*cfr*. Fig. 15). Sebbene esista un profilo Twitter ufficiale del movimento a livello nazionale, la particolarità di questo uso *à la* Fridays di Twitter risiede proprio nell'effetto "bombardamento" che avviene twittando simultaneamente dagli account personali deə attivistə. L'account ufficiale ha la funzione di «canalizzare [...] tutto quello che accade nei vari territori» (H23m], focus group online, 11/12/2020) così da fornire al pubblico un resoconto continuo di cos'è e cosa fa FridaysForFuture; invece, la tweetstorm serve a «riempire i social [...] e a far sentire che [...] gli occhi [sono] puntati sulle mosse della classe politica» ([K22f], evento pubblico online, 09/12/2020).

Attraverso quest'uso di Twitter, ə attivistə di FridaysForFuture piegano la sintassi della piattaforma agli obiettivi del movimento, strumentalizzando l'hashtagging per rendere trending un determinato tema e sfruttando la piattaforma come trampolino di lancio, affinché il loro messaggio arrivi altrove (ad esempio, in televisione o nelle sedi istituzionali). Come ci ha spiegato [H23m], «se tu oggi devi arrivare politicamente a unə politicə o un'istituzione [...] con la *tweetstorm* [ottieni] risalto mediatico, perché i poteri dei social mettono delle tendenze, [e il tuo contenuto] viene riportato poi sui giornali» (focus group online, 11/12/2020). Entrare tra gli hashtag di tendenza consente inoltre di allargare la partecipazione anche a chi non segue gli account ufficiali di FridaysForFuture:

Non solo io "Fridays" ma anche l'amico o l'amica x che lo vede [apparire] sul suo profilo social pensa che quella cosa è giusta e quindi la rifà incollando e ripostando [...], raggiungendo così una mobilitazione. [...] Sono metodi per costringere a darti una risposta, magari anche banale o falsa, che tu poi puoi riutilizzare per [...] mettere in luce tematiche poco famose [...] sotto gli occhi di tuttə e a una velocità pazzesca ([[H23m], focus group online, 11/12/2020).
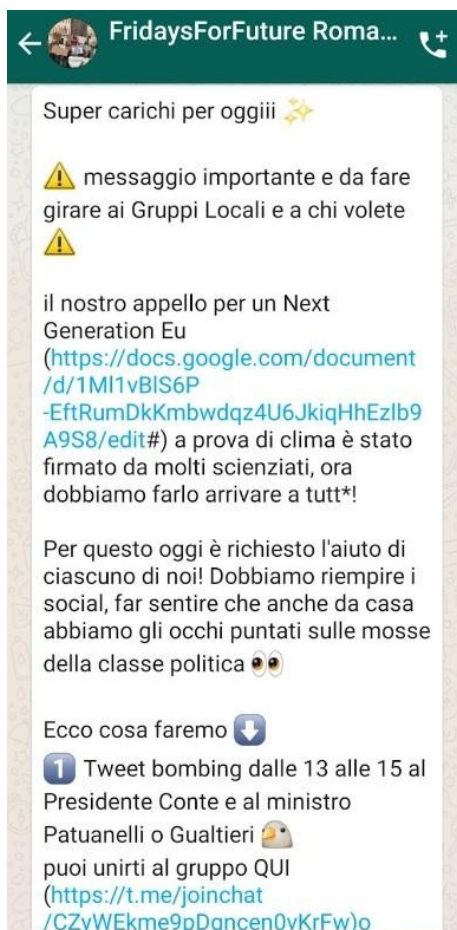
Fig. 15 – Appello per la tweetstorm di sensibilizzazione sul Recovery Fund

La *tweetstorm*, dunque, rappresenta la massima espressione della "connective action" così come intesa da Bennett e Segerberg (2013), la cui efficacia risiede nel numero di partecipanti che spesso agglutina e il cui carattere politico si sostanzia nella confluenza di multiple azioni personali in un flusso di protesta che identifica il movimento (Bakardjieva, 2015):

Una volta abbiamo fatto una chiamata aperta [...] e ci siamo ritrovatə con un esercito di duecentocinquanta persone che [twittavano] quello che dicevamo. [...] L'hashtag è diventato il quinto tra quelli di tendenza [...] e questo ha fatto sì che un pochino se ne parlasse [di quello che avevamo segnalato]. ([M20m], focus group online, 07/12/2020)

1.2.2. Attivismo digitale di backstage

Diversamente, le piattaforme di backstage (i.e., WhatsApp e Telegram) sono destinate alla comunicazione interna del movimento, come una sorta di "gabinetto di regia" dove integrare new entry, prendere decisioni, coordinare attività e aggiornarsi in tempo reale su ciò che accade durante le proteste in piazza. Le MIM sono infatti vissute come ambienti "privati" (Valeriani e Vaccari, 2018; Gil de Zúñiga *et al.*, 2019) dove organizzarsi e scambiare più liberamente informazioni, opinioni ed emozioni legate al cambiamento climatico e alla lotta che si sta portando avanti. Come spiegato chiaramente da [M20m], infatti, l'uso dei social media «non è solo una questione di visibilità» (appaltata alle piattaforme di frontstage) poiché diventare «virale implica anche organizzazione e coordinamento, per incanalare l'adesione spontanea alla lotta per il clima e renderla efficace» (assemblea online, 26/10/2020). Abbiamo infatti osservato che ə attivistə di FridaysForFuture si radunavano, in prima istanza, in un gruppo WhatsApp chiamato scherzosamente "gruppone" perché contava oltre duecento membri. Anche se ora il gruppo non esiste più (è migrato su Telegram una volta raggiunto il numero massimo di membri concesso da WhatsApp), al tempo del nostro fieldwork, era considerato come «il contenitore di tutto quello che è Fridays[ForFuture]» ([J24m], focus group online, 11/12/2020) perché lì avvenivano scambi continui di informazioni e opinioni climate-related, talvolta anche con picchi di overload di contenuti che, a detta di [N18m], hanno fatto perdere interesse a diverse persone:

Inizialmente credevo fosse una cosa interessante perché la gente mandava materiali da leggere [...]. Però con il tempo ho visto che [...] si trattano troppe tematiche e, soprattutto, [...] io sto a scuola e mi trovo cinquecento notifiche su vari articoli che magari sono interessantissimi, però non è che posso leggerli tutti! [...] E questa cosa, insomma, non la trovo molto utile. Bisognerebbe mandare il materiale in modo più ordinato ([N18m], focus group online, 25/02/2021).

In queste parole trapela nitidamente la convinzione di [N18m], condivisa anche da altrə "Fridays", che il gruppone WhatsApp fosse uno spazio adibito

al confronto e che, per questo, lo scambio di informazioni e le discussioni dovessero avvenire secondo modalità meno "caotiche" ed estemporanee. Tanto è vero che, nel tempo, è emersa la necessità di avere un gruppo alternativo adibito al coordinamento e all'organizzazione delle azioni di protesta. In occasione del global strike dell'autunno 2020, è stato creato un gruppo di coordinamento ad hoc su Telegram «dove invece ci sono le persone che sono effettivamente attive, che partecipano alle assemblee ed è un gruppo più organizzativo, operativo e di coordinamento» ([K22f], focus group online, 07/12/2020) che, avendo funzionato bene in quell'occasione, è stato poi mantenuto a mo' di spin-off dell'assemblea anche per l'organizzazione dei global strike successivi. Questo ci ha fatto capire non solo che per ə "Fridays" è indispensabile avere uno spazio digitale di coordinamento che dia continuità agli incontri offline, ma anche che le prassi politiche di tipo organizzativo devono essere applicate anche a quello spazio e, dunque, che esistono stili comunicativi appropriati e inappropriati per abitarlo. L'immediatezza e la snellezza delle comunicazioni che le fasi operative delle mobilitazioni richiedono non potevano essere applicate in un gruppone "otturato" dalle tante discussioni e dai tanti contenuti informativi, ed "occupato" peraltro da persone che poi non partecipavano alle assemblee e alle mobilitazioni. Infatti, quello spazio WhatsApp funzionava anche come sorta di front-office di accoglienza di «tutte le persone che si avvicina[va]no al movimento per la prima volta [...] [e] che però partecipa[va]no meno all'assemblea» ([K22f], focus group online, 07/12/2020). Non era quindi adatto a discutere aspetti organizzativi delle azioni di protesta ma, sì, si prestava a restituire «un'idea di unità, [...] di community [...] che racchiude tuttə» ([T14f], focus group online, 25/02/2021).

Da questa distinzione, ha preso piede tra ə "Fridays" la convinzione (*à la* Gershon, 2010) che vi fosse una differenza quasi "architettonica" tra WhatsApp e Telegram, tale per cui il primo si configurerebbe come piattaforma generalista adibita alla costruzione e mantenimento della partecipazione mentre il secondo come piattaforma adibita all'organizzazione e al coordinamento:

> Telegram è meno usato rispetto a WhatsApp [che] quindi è più di allargamento e partecipazione. [...] Il primo posto dove ti metto è WhatsApp: per risentire una persona e dirle "Ehi, ti va di venire all'assemblea?", c'è WhatsApp. [...] Telegram è più organizzativo: ci puoi fare i sondaggi, puoi moderare, puoi creare una chat privata [...] per documenti importanti che non devono uscire. [...] Infatti su Telegram abbiamo organizzato [...] meglio il webinar su Eni […]: potevamo mettere messaggi in alto, c'era un doc con delle idee condivise, sapevi già dove andare. ([H23m], focus group online, 11/12/2020)

Da queste parole emerge come le funzioni socio-politiche (considerate come) proprie di ciascuna piattaforma invitino a usi diversi: siamo comunque nel backstage delle strategie tecnopolitiche del movimento (Trerè, 2019), ma in un caso ci si occupa di coinvolgere le persone nelle attività (sfruttando gli alti tassi di penetrazione di WhatsApp e le prassi d'uso già consolidate tra ə suoi utenti), mentre nell'altro di organizzare queste attività (sfruttando le possibilità d'uso pragmatico che Telegram stesso suggerisce).

Il gruppone WhatsApp prima, e il gruppo di coordinamento Telegram poi, peraltro, sono inseriti in un più ampio e composito scenario di gruppi MIM che possiamo definire "specialistici" in quanto dedicati a specifici temi e gruppi di lavoro del movimento. Il gruppo "Comunicazione", esempio, si incontra su WhatsApp per la produzione di contenuti da pubblicare sui social media di frontstage del movimento (eccetto per TikTok che ha richiesto la creazione di un gruppo Telegram nazionale apposito, ma di questa piattaforma parleremo nella seconda parte di questo capitolo). Il gruppo "Scienza" si occupa di scambiare, commentare e rielaborare su Telegram i dati scientifici prodotti worldwide sul cambiamento climatico. Il gruppo "Proposte esterne" su WhatsApp, invece, raccoglie le proposte di coinvolgimento di FridaysForFuture in attività organizzate da altre realtà attive sul territorio nazionale e coltiva, da lì, il proprio network di relazioni e alleanze politiche. Si tratta, è evidente, di una costellazione di spazi funzionali a supportare il lavoro delle persone che li abitano, i quali tuttavia influiscono sulla morfologia sociale che ospitano al punto che, nei discorsi deə "Fridays", la parola "gruppo" fa indistintamente riferimento alla forma organizzativa (gruppo di lavoro) e tecnologica (gruppo MIM).

All'interno di tutti questi gruppi WhatsApp e Telegram vengono negoziate (più o meno esplicitamente) tra ə partecipanti alcune norme d'uso che rimandano a come è opportuno abitare queste piattaforme (Gershon, 2010) e che, dunque, danno forma a una vera e propria etichetta comunicativa. Non si deve, per esempio, intasare la chat con continui messaggi che creano un effetto "spam" e, al contempo, bisogna mantenere un tono pacato e rispettoso nelle interazioni. Questo lo abbiamo appreso durante la discussione in merito al Papa e al posizionamento della Chiesa cattolica sulla vertenza climatica di cui abbiamo già discusso nel primo capitolo: un membro del gruppo ha definito i tanti articoli del quotidiano Avvenire postati da un altro membro come "sproloquio confessionale"; questi si è risentito postando la definizione etimologica di "sproloquio" allo scopo di prendere le distanze da quella forma di intervento; e un'altra partecipante a quel punto è intervenuta ammettendo che, effettivamente, quel termine rimandava a un'aggressività che non è in consonanza con le prassi di interazione "gentile" e accogliente proprie di FridaysForFuture (*cfr.* Fig. 16).
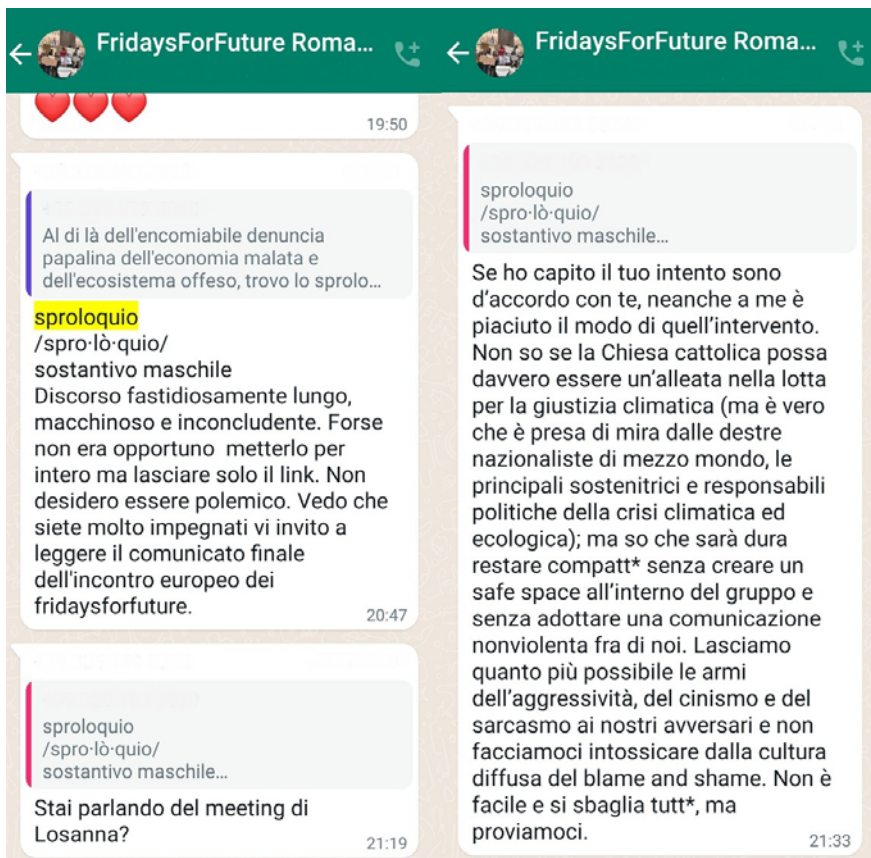
Fig. 16 – Appello a una comunicazione interna rispettosa e on-topic

Inoltre, ogni volta in cui le discussioni sono andate fuori tema o i disaccordi si sono inaspriti, alcunə attivistə sono intervenutə per chiarire come abitare le chat. Lo abbiamo notato, ad esempio, nelle reazioni che si sono succedute dopo che una partecipante aveva aperto una discussione intorno all'impatto ambientale che la quinta generazione della telefonia mobile potrebbe provocare (*cfr*. Fig. 17). La chat è uno "spazio da vivere" in armonia, e quando il confronto si trasforma in discussione conflittuale ci si sposta in assemblea perché "luogo sicuro" e perché "dal vivo" non si creano fraintendimenti.

Fig. 17 – Negoziazioni su come va abitata la chat

Qualcosa di analogo è accaduto quando un ragazzo nuovo ha iniziato a criticare FridaysForFuture accusandolo di aver ottenuto pochi risultati e di praticare un attivismo a suo parere "debole". Come si evince dallo scambio in Fig. 18, lo stile comunicativo del nuovo membro è molto dissonante rispetto a quello del gruppo. Per questo, alcunə utenti proponevano di bannarlo, ma la maggior parte deə attivistə ha sostenuto l'importanza di restare apertə a tutte le opinioni, e ha rilanciato invitando il ragazzo alle assemblee così che potesse comprendere meglio il posizionamento del movimento e la complessità dei processi con cui questo si misura ogni giorno. Anche in questo caso, nel momento in cui la conversazione ha cominciato a riguardare l'identità di FridaysForFuture, diversə attivistə sono intervenuti reindirizzando la discussione all'assemblea, in quanto sede più appropriata per riflettere sul posizionamento del movimento.

Questo tipo di reazioni mette quindi in trasparenza un'ulteriore "media activist ideology", secondo la quale ogni argomento va discusso nel forum e nel modo appropriato; e i gruppi WhatsApp e Telegram non sono gli spazi adatti in cui stabilire la linea politica del movimento e definire la sua identità.

Fig. 18 – Modalità comunicative del nuovo membro critico versus deə "Fridays"

1.3. Principi, tempi e dinamiche partecipative sui social media e oltre

Dagli usi politici dei social media che abbiamo illustrato finora abbiamo potuto cogliere una serie di valori culturali, norme sociali e logiche temporali che ineriscono a ma eccedono quegli spazi digitali e che ci parlano di cosa sia l'attivismo per ə "Fridays". Si tratta, a ben vedere, di concezioni e vissuti che si articolano sempre intorno a un doppio "moto" (*cfr*. Fig. 19) che, così, definisce le pratiche politiche di FridaysForFuture in termini ontologici (un attivismo che funziona così), deontologici (un attivismo che deve funzionare così) ed assiologici (un attivismo informato a una specifica scala di valori).
Nelle dinamiche di relazione vigono i principi dell'orizzontalità e dell'inclusività, che coesistono con certe tendenze alla centralizzazione del potere che tuttavia non minano la democraticità del movimento. Vi è, infatti, una vera e propria etichetta assembleare ispirata alle pratiche della «cultura rigenerativa» e applicata «al modo di trattare ə nuovə arrivatə» ([P23m], assemblea in presenza, 19/10/2020) secondo i valori della corresponsabilità e dell'inclu-

sività che, a loro volta, rispecchiano «la società ideale che il movi mento vorrebbe realizzare, [...] in cui tutte le persone sono coinvolte in decisioni che possono influenzare la loro vita», come quelle relative alla questione climatica ([K22f], evento pubblico online, 09/12/2020). Queste norme prevedono che le assemblee siano sempre aperte a tuttə coloro che vogliono «dire quello che pensano», perché «la parola di tuttə conta allo stesso modo» (ibid.). Gli spazi ibridi (online e offline) sono, quindi, considerati e abitati come luoghi pubblici perché il movimento concepisce così, a monte, la propria attività politica e dunque sfuma i confini tra dentro e fuori per supportare processi autenticamente inclusivi secondo il modello dell'"identization" (Kavada, 2015). Gli incontri si aprono con un giro di presentazioni (onde integrare alla pari ə nuovə arrivatə), con una breve spiegazione di come intervenire (così da livellare le modalità) e con una raccomandazione a mantenere brevi i propri interventi (in modo da poter dare a tuttə lo spazio di esprimersi). Si tratta di un vero e proprio galateo che sovrintende alle assemblee, siano esse online o offline, e che di riflesso regola anche le interazioni digitalmente mediate sui social media. Lo abbiamo visto già quando abbiamo discusso come funziona il gruppone WhatsApp: ogni attivista può dire la propria purché in ottemperanza alle forme accoglienti e rispettose di interazione che FridaysForFuture applica e promuove. Vi è quindi una contiguità assiologica e deontologica tra spazi politici e comunicativi, tra spazi fisici e digitali, a conferma di quel mutual shaping tra fattori sociali e culturali e usi mediali che il costruttivismo sostiene (Williams e Edge, 1996; Knoblauch, 2019).

Fig. 19 – Dimensioni definitorie delle pratiche politiche di FridaysForFuture

A questa dinamica inclusiva e orizzontale si aggiunge, tuttavia, un moto di centralizzazione della leadership su alcune figure che, all'interno del collettivo romano, sono un punto di riferimento per tuttə. Alcunə detengono questa sorta di "potere magnetico" per il ruolo che svolgono (sono ə referenti per Roma nel network nazionale di FridaysForFuture), altrə per la competenza che hanno (maneggiano con dimestichezza i saperi tecnici legati alla crisi climatica e/o i modelli sociopolitici ed economici utili a promuovere la giustizia sociale) e altrə ancora per l'assiduità e la costanza nell'impegno profuso per il movimento (sono sempre presenti a ogni assemblea, protesta e appuntamento, e si incaricano di task che nessunə altrə vuole fare) o per le loro capacità di networking con altre organizzazioni e associazioni. Durante una serie di incontri online, per esempio, ə attivistə si rivolgevano l'un l'altrə con appellativi che scherzosamente facevano riferimento a queste qualità: [C14f] era «la regina dei social!», [P23m] «[l'] uomo pratico», mentre per «[le] cose tecniche e scientifiche» si va da [M20m] perché «annoiano [tuttə] tranne lui». Noi stesse lo abbiamo sperimentato quando ci siamo inserite nel gruppo. [K22f] e [G25f], ad esempio, erano le nostre "social groomer": la loro accoglienza, cura delle relazioni e open-mindedness hanno facilitato l'inserimento del nostro fieldwork nelle attività di FridaysForFuture. [M20m], dal canto suo, essendo l'esperto di dati e saperi scientifici sul cambiamento climatico, è stato il nostro punto di riferimento ogni volta che dovevamo misurarci con tecnicismi lontani dai nostri. [P23m], sempre presente nei territori in cui bisogna portare avanti la lotta climatica e competente in quanto alle implicazioni sociopolitiche del climate change, ci ha fatto spesso da guida nelle dinamiche di mobilitazione ed è stato per noi un alleato importante nella legittimazione del nostro lavoro. [Z19m] e [U18m] invece sono stati i nostri gateway sul mondo deə studentə liceali, fondamentali per capirne le dinamiche e i fabbisogni politici. [J24m], [F23m], [H23m] e [L25f] erano le voci movimentiste dell'assemblea, che iniettavano proposte e categorie di discussione politica a noi più familiari, giacché condividevamo traiettorie di attivismo simili. L'elenco potrebbe continuare ancora a lungo, ma quello che ci preme evidenziare è la peculiarità di questa dinamica di leadership che circola nel gruppo: è un moto alla centralizzazione che, tuttavia, segue una sorta di turnazione e rimanda a un "potere sparpagliato" che si sposta in modo funzionale in capo a chi deə "Fridays" è più adattə a rispondere all'esigenza politica del momento.

La calendarizzazione delle attività politiche, parimenti, segue un doppio moto temporale, di lungo e breve periodo, con obiettivi politici che si tarano di conseguenza. Abbiamo infatti rintracciato logiche mediatiche di lungo e breve termine nell'uso dei social media (Mattoni, 2017), le quali ricalcano le strategie che sovrintendono alle proteste negli spazi fisici della città. Ai picchi di protesta dei global strike, cui si abbina un'elevata intensità d'uso dei

social media (sia in termini di produzione di contenuti sul frontstage, sia in termini di dinamiche organizzative e informative di backstage) seguono sempre fasi latenti durante le quali ə attivistə continuano a condividere informazioni e idee (ad esempio, nei gruppi MIM e nelle attività più o meno specialistiche che li si dispiegano), e a organizzare proteste (ad esempio, i fridays strike settimanali e le relative attività comunicative sui SNS), sempre districandosi tra spazi online e offline. A differenza di altri movimenti, infatti, FridaysForFuture non procede per fiammate di protesta ma cadenza le sue attività, seguendo due velocità: certe attività politiche sono lente e regolari (i.e., assemblee del lunedì, friday strike, pubblicazione giornaliera di post su Instagram e/o Facebook, etc.), e creano un rumore di fondo costante per il «mantenimento di una tensione politica e di un'attenzione mediatica» nel tempo ([H23m], assemblea in presenza, 04/09/2020); altre attività, invece, sono ciclicamente esplosive (i.e., global strike, proliferazione di contenuti sui SNS, gruppi di coordinamento ad hoc sui MIMs, etc.), alzano i toni e creano un urlo di protesta che riecheggia in tutto il mondo.

> Lo sciopero del venerdì restituisce l'idea che c'è un rumore di fondo che rimane e che poi durante i global strike diventa il grido. ([Z19m], workshop in presenza, 10/07/2020)

Questa calendarizzazione delle proteste rimanda a una strategia politica che combina advocacy ed engagement nel lungo periodo con mediaticità e sensazionalismo nel breve periodo. Da un lato, ə "Fridays" lanciano "eventi culmine" e campagne social che ne amplificano la risonanza, per fare leva sulla pressione politica che la diffusione mediatica mainstream assicura. Lo abbiamo visto chiaramente quando si stava organizzando il global strike di ottobre 2020: vi era un costante riferimento al ruolo di convocazione e "attrazione" che Instagram poteva svolgere in quel contesto.

> Creare video incisivi da passare ai media nazionali e locali in vista degli scioperi [...] e che siano utili a mandare un messaggio sia alla gente che alle associazioni. Serve viralizzarlo e invitare alla piazza evidenziando, nel video, cosa abbiamo fatto/ottenuto finora, e cosa invece resta da fare/ottenere. ([G25f], assemblea in presenza, 04/09/2020)

Dall'altro lato, consapevolə che «i media [mainstream] vedono la piazza e poi non gli interessa che si fa dopo» ([J24m], assemblea in presenza, 14/09/2020), ə "Fridays" militano nei luoghi fisici e sui social media con regolarità per creare pressione sulle istituzioni responsabili delle politiche di contrasto al cambiamento climatico e per raccogliere adesioni volte a soste-

nere nel tempo il movimento. Questo comporta la necessità di rinnovarsi costantemente, per mantenersi "accattivanti" e intercettare pubblici sempre nuovi. Per questo, si fa sempre un'analisi critica sull'efficacia sia delle forme di protesta offline, sia degli stili comunicativi online. Come ha chiarito [C14f], «utilizzare sempre lo stesso metodo per tutti quanti i post può stancare e [...] ridurre l'efficienza del mezzo che [si sta] utilizzando» (evento pubblico online, 09/12/2020). Questo, per la proprietà transitiva, vale anche per le mobilitazioni di piazza:

> Evidentemente, dopo quasi due anni [...] andare in piazza ogni venerdì, fare il solito presidio, attira meno [...]. Stiamo ancora al passo con la fase se ci mettiamo davanti all'ambasciata del paese di turno che [...] non si preoccupa della deforestazione e degli incendi? [...] Il nostro grande problema, non lo possiamo nascondere, è che ai grandi global strike vengono tuttə; alle mobilitazioni continue siamo 30, 40 se va bene[...]. È normale? O c'è un modo migliore per coinvolgere le scuole? ([Z19m], workshop in presenza, 10/07/2020)

Problematizzare l'efficacia delle pratiche di lotta, tuttavia, apre una negoziazione costante tra l'esigenza di rinnovarsi e quella di mantenere viva l'identità "storica" del movimento. La diserzione agli appuntamenti del venerdì che si è registrata negli ultimi tempi, infatti, implica la perdita di quel «carattere della persistenza» che caratterizza FridaysForFuture e lo distingue da altri movimenti: «si percepisce meno il martellamento [...] [che] forse è poco efficace lì per lì, ma nel lungo periodo è caratterizzante» e, dunque, «forse è il caso di tornare alle origini» e rilanciare il lavoro politico di lungo periodo senza limitarsi ad «agire in base agli stimoli esterni» estemporanei ([M20m], assemblea online, 30/11/2020). In questo bilanciamento tra il prima e l'ora dell'attivismo di FridaysForFuture prende, così, vita un ragionamento più profondo circa l'identità che il movimento vuole coltivare internamente e proiettare all'esterno: persistere nell'esigere risposte istituzionali adeguate alla crisi climatica e saper stare al passo con le sfide politiche "everchanging" che sopravvengono.

Questa doppia velocità dell'attivismo climatico di FridaysForFuture rimanda, a sua volta, a due concezioni di partecipazione politica diverse. Si partecipa sulla scia dell'emotività potente che dalle piazze dei global strike si propaga nelle reti sociali online e che, a sua volta, da lì, si riversa nelle piazze, in quel "feedback loop" tra spazi digitali e urbani già rintracciato da Toret e colleghə (2015) come uno dei caratteri distintivi della tecnopolitica. Ma si partecipa anche in ragione di quella consapevolezza maturata attraverso contenuti informativi e azioni dimostrative che si avvicendano nel tempo sui SNS, nelle MIM e nei luoghi della città in cui ci si incontra. Come più volte

ha segnalato [F23m], è importante non solo intercettare persone nuove attraverso la realizzazione di nuovi contenuti, ma anche «coltivare attivistə» che poi si approprino della causa climatica (assemblea in presenza, 12/10/2020).

Si tratta di due vissuti complementari della partecipazione che orientano le strategie mediatiche e politiche di FridaysForFuture: da un lato, la partecipazione intesa come invito del movimento ai suoi pubblici, come cattura di new entry, che implica lavorare per stare al passo coi tempi e gli stili comunicativi su cui innestarsi, nonché rinnovare i propri repertori di lotta online e offline, cavalcando l'emotività dei picchi di mobilitazione tra piazze e social media; dall'altro la partecipazione intesa come appropriazione, come moto spontaneo di interessamento, che comporta portare avanti quel lavorio di sensibilizzazione e advocacy di fondo che si dispiega nel lungo periodo e nelle attività latenti del movimento. Uno scambio interessante a riguardo è avvenuto durante l'assemblea di bilancio sul global strike autunnale 2020. Secondo [Y18m], si erano avvicendati «troppi interventi tecnici che allontanano [perché] la piazza è il momento della protesta» che, dunque, deve essere più artistica per «dare valore alle emozioni [e] far sentire [...] tuttə accoltə e ascoltatə» (ibid.). A questa concezione "artistico-emotiva" del picco della protesta, [F23m] aggiungeva però anche la necessità di alimentare l'interesse verso il movimento attraverso un attento lavoro di politicizzazione deə studentə sullo sfondo, perché «la piazza non serve a creare consapevolezza ma è un punto di arrivo, appunto di protesta».

Nelle maglie della negoziazione su queste due "direttrici" della partecipazione politica (dal movimento ai pubblici, e viceversa), i social media si prestano ad invitare/attrarre le persone facendo leva sia sulla personalizzazione dei contenuti su cui ruota la connective action (Bennet e Segerberg, 2013), sia sul contagio emotivo che le piattaforme consentono di canalizzare (Gravante, 2016; Treré e Barranquero, 2018):

> Il nostro movimento è fatto di persone. Facciamo vedere che siamo tantə: questo crea empatia col nostro pubblico [...] e crea coinvolgimento. ([K22], assemblea online, 02/11/2020)

Si raccoglie partecipazione attraverso uno storytelling collettivo che coinvolge emotivamente nuove leve attraverso processi di identificazione nella causa (Bennett, 2008; Jenkins *et al.*, 2016; Vivienne, 2016). Ad esempio, dare un volto aə giovani attivistə attraverso le immagini Instagram consente questo tipo di trasmissione emotiva che invita a unirsi al movimento. In questo senso, è molto importante imprimere una dimensione umana ai contenuti e aggiustare il tiro di conseguenza nella gestione dei social media di frontstage, onde distinguere i contenuti di FridaysForFuture da quelli di altre realtà:

> Su Instagram sembra tutto scritto da una macchina ed è un errore. Noi non siamo La Repubblica, siamo FridaysForFuture. Se ci distacchiamo poi le persone pensano che non possono aggiungersi. Siamo invece un movimento che parte dal basso e che ha la sua forza nelle persone: per far sì che funzioni [...] abbiamo bisogno di tante persone. ([C14f], assemblea online, 02/11/2020)

Parallelamente, sui social media si può portare avanti un lavoro in-formativo costante attraverso una produzione di contenuti volta a sensibilizzare sull'emergenza climatica in modo che le persone, spontaneamente, si interessino e si avvicinino al movimento. [E16f] ha esplicitato questo ragionamento osservando che, «se tu capisci (i.e., fai capire) davvero qual è il problema [...] e le conseguenze, [...] la partecipazione viene da sé» (workshop in presenza, 10/07/2020). Questo "far capire" quale sia veramente il problema è una strategia a lungo termine per attirare adesioni spontanee, che si contrappone e diventa complementare alla logica esplosiva dell'emotional contagion, tarata sul catturare l'attenzione deə futurə attivistə nel qui ed ora. Si tratta di una vera e propria educazione alla crisi climatica che passa attraverso la diffusione di contenuto sui social, l'organizzazione di seminari e workshop e la presenza nelle scuole come «strumenti di cambiamento sociale a lungo termine» ([S18m], workshop in presenza, 10/07/2020). Secondo ə attivistə, queste attività sono fondamentali per non «rendere le azioni [di grande impatto] fini a se stesse»: «o il significato dell'azione trascende la giornata stessa, o è inutile» ([G25f], assemblea online, 24/08/2020). Tale convinzione rispetto alla partecipazione politica è emersa nitidamente, per contrasto, nella relazione con i collettivi studenteschi che, pur essendo presenti massivamente ai global strike, hanno spesso disertato le assemblee organizzative, obbligando ə "Fridays" a «rincorrere» ə studentə ([G25f] , assemblea in presenza, 04/09/2020). Come abbiamo commentato nel capitolo precedente, questə non partecipavano con continuità alle assemblee organizzative perché non sentivano lo spazio per articolare le proprie richieste politiche e dinamiche organizzative; tuttavia, rivendicavano la centralità delle loro vertenze school-based nell'agenda da portare in piazza e volevano indirizzare le scelte di calendario e di gestione le mobilitazioni. In altre parole, volevano essere tenuti maggiormente in considerazione (logica dell'invito) senza però riuscire ad appropriarsi del processo collettivo di costruzione della piazza (logica dell'interessamento). Questa dinamica, nel vissuto deə "Fridays" non funzionava proprio perché le due dimensioni della partecipazione politica sono intrinsecamente collegate, al punto che l'una deve generare l'altra; altrimenti l'adesione ai picchi di protesta diventa sterile nel lungo periodo.

2. “Roba” da/per giovani

2.1. Appropriazione generazionale dei social media

A quanto discusso finora, si aggiunge un secondo vissuto legato agli usi dei social media da parte deə “Fridays”; vissuto che specifica il primo in quanto ha a che fare con i significati che essə assegnano a queste piattaforme in quanto giovani (oltreché in quanto attivistə). Ci riferiamo, più specificamente, al fatto che spesso ə “Fridays” usano e parlano dei social media come fossero una prerogativa giovanile, come se per lo più ə giovani abitassero questi ambienti o comunque come se solo loro sapessero utilizzare questi strumenti adeguatamente, soprattutto nel campo applicativo della politica dal basso. Questo atteggiamento emerse nitidamente, ad esempio, durante un’assemblea in cui si discuteva dell’arrivo di una rappresentanza del movimento zapatista[1] a Roma. Diverse realtà e collettivi romani si stavano organizzando per accoglierla con un incontro pubblico volto a mettere a dialogo le proprie lotte con le esperienze accumulate daə zapatistə oltreoceano da quasi trent’anni; e ə “Fridays” non volevano essere da meno. Per questo, [L25f] propose che il gruppo di FridaysForFuture-Roma si occupasse della comunicazione dell’evento in quanto “componente giovanile” dei movimenti romani.

> È importante il contributo che possiamo dare: per esempio, sulla comunicazione dell’evento. Siamo la parte più giovane che sta prendendo parte a questa rete, e possiamo essere queə che trovano un modo creativo per parlare ad altrə giovani e spiegare perché è una figata incontrare [ə zapatistə]! Idee per i social ce ne abbiamo, più originali di [quelle di] altre realtà. [Possiamo curare] una comunicazione più adatta alla nostra generazione, visto che [quella zapatista] è una rivolta che è nata prima che nascessimo. ([L25f], assemblea online, 30/11/2020)

In queste parole emerge una concatenazione di convinzioni tale per cui la composizione giovanile di FridaysForFuture è percepita come garanzia di una maggiore capacità comunicativa, radicata a sua volta in un uso “creativo” ed “originale” dei social media, supposto come appropriato ed efficace proprio perché nelle mani di giovani utenti. Essere giovani rende ə “Fridays” più

[1] L’Esercito Zapatista di Liberazione Nazionale (EZLN) è un movimento indigenista contadino di stampo anticapitalista, (in)sorto in Chiapas (Messico meridionale) nel 1994. Da allora lotta per i diritti fondamentali delle popolazioni native (e, per solidarietà, dei settori subalterni della società), sottomesse prima dalla colonizzazione europea, poi dalla costruzione dello stato moderno e infine dal neoliberismo globale. È stato, peraltro, un movimento pioniere nell’uso politico di Internet, in particolare per la condivisione dei comunicati e la creazione di una rete di solidarietà internazionale.

competenti di altrə attivistə nel gestire la comunicazione dell'incontro con ə zapatistə, in quanto social media user per eccellenza. Assegnare a loro tale compito è inoltre vantaggioso perché consente di rendere la rivolta zapatista attraente e rilevante per chi non l'ha vissuta in tempo reale. La loro expertise in materia di social media, quindi, permette di costruire un ponte tra diverse generazioni di attivistə.

Tutto questo, è evidente, rimanda a una vera e propria concezione "generazionale" della comunicazione, per dirla *à la* Mannheim (1952), in cui ogni canale è pensato in base all'età (Fernández-Ardèvol *et al.*, 2020) e, di lì, (saper) stare sui social media coincide con l'essere giovani. Tale concezione, quindi, rivela una "media ideology" (Gershon, 2010) secondo cui queste piattaforme sono considerate come strumenti e ambienti prevalentemente giovanili, al punto che ə attivistə di FridaysForFuture, proprio perché giovani, possono persino "ringiovanire" (e di lì posizionarsi in) una lotta di lunga data come quella zapatista.

Inoltre, questa media ideology porta con sé altre convinzioni age-based che riguardano i modi "appropriati" di usare/abitare politicamente i social media, e dunque anche gli stili comunicativi più adatti o efficaci rispetto agli scopi politici che si perseguono. L'idea di fondo è che non basti "stare sui social" per fare attivismo digitale come si deve; serve conoscerne gli "idioms of practice" (Gershon, 2010) onde intercettare efficacemente i pubblici giovani che si vogliono raggiungere e far transitare i contenuti che si vogliono trasmettere. E anche in questo caso ə attivistə di FridaysForFuture si ritengono particolarmente competenti, in quanto giovani. Sanno come muoversi nei social media, attivare interesse sul cambiamento climatico e mobilitare le audience di coetaneə. Infatti, durante un evento pubblico (online, 09/12/2020), [C14f] raccontava che, nel confezionare i post, il gruppo preposto alla comunicazione cerca sempre di «render[li] accattivanti e leggibili, perché [pensa] a tutte quelle persone giovani che magari [...] non hanno mai sentito parlare di "crisi climatica"». Sono consapevoli che si tratta di «cose prettamente scientifiche e molto spesso tecniche che alla lunga annoiano» (ibid.). Quindi, nei loro testi, mirano ad «essere più leggibili possibile», ad esempio utilizzando spesso le emoji, che «rendono tutto quanto molto più vivace e fresh», o prevedendo «un giorno dedicato ai meme [...] perché può far bene ogni tanto staccare e farsi una risata» (ibid.). Per la stessa ragione, ə "Fridays" stanno lavorando per «migliorare anche dal punto di vista delle story perché [...] danno più interazioni», o per «fare più video[...] perché [...] riescono a far arrivare meglio le cose» (ibid.). Secondo [N18m], infatti, «i post [...] [sono] una cosa personale, nel senso che devono fare una presentazione [...] del profilo [di una persona], mentre sulle storie puoi mandare avvisi, puoi dare delle comunicazioni [...] perché durano ventiquattro ore e basta» (focus group online, 25/02/2021).

Funzionano, in buona sostanza, come il “gazzettino” radiofonico di un tempo, destinato ad avvisi e comunicazioni transitorie che non hanno a che vedere con l’auto-espressione identitaria deə singolə giovani, altrimenti appaltata ai post (Bennett, 2012; Jenkins *et al.*, 2016). I video, d’altro canto, si sono dimostrati spesso efficaci per lanciare i global strike ed incentivare ə giovani a parteciparvi. Per quello autunnale 2020, ad esempio, sono stati pubblicati dei video amatoriali auto-prodotte daə attivistə che, in ciascun video, raccontavano perché scioperavano, attingendo di volta in volta a una tematica/problematica differente. Questa pratica ha funzionato talmente bene che [G25f] l’ha poi riproposta per incentivare ə giovani a venire alle assemblee e di lì «mantenere alta l’attenzione sui social, puntando su contenuti grafici e multimediali» (assemblea in presenza, 19/10/2020).

Da questi racconti, quindi, emerge che ə attivistə di FridaysForFuture “sanno” (letteralmente) come stare sui social media perché, in quanto giovani, li frequentano anche per altri scopi e, dunque, imparano culturalmente come sfruttarli politicamente (Jenkins, Ito, e boyd, 2015; Jenkins *et al.*, 2016). Questa convinzione che i social media siano “per giovani” e che solo loro conoscano i modi “appropriati” di utilizzarli è talmente radicata che si registrano persino “scontri” intergenerazionali tra ə “Fridays” più giovani (adolescenti) e ə più grandi (ventenni). Durante un focus group online, infatti, [D17f] segnalava alcune perplessità in merito alla capacità del gruppo che gestisce la comunicazione del movimento (composto per lo più da ventenni) di “sfruttare” adeguatamente le piattaforme rispetto agli scopi politici che si prefigge il movimento.

> Anche a livello di social c’è tanto potenziale che [...] non viene sfruttato [...]. Si concentrano su alcune campagne [...] [che] non sanno creare un’atmosfera in cui le persone vogliono partecipare. Cioè, alcune generazioni non sanno proprio come relazionarsi! [...] Molte persone vanno una o due volte all’assemblea e poi non tornano [...] perché vedono [...] discussioni [che] vanno avanti per ore! E pure i social: alcune pagine non creano progetti costanti, [non] continuano a portarti persone. Sono cose [e discussioni] fini a se stesse che non [...] fanno crescere il movimento. ([D17f], focus group online, 06/03/2021)

Nonostante questa giovane “Fridays” si sia dichiarata molto «legata al movimento», prende distanza dalla gestione della comunicazione sui social media da parte deə compagnə più grandi, marcando così una differenza generazionale rispetto a cosa può considerarsi inclusivo, a come è bene relazionarsi, a quanto è opportuno discutere e a come reclutare adesioni, dentro e fuori le piattaforme. Nei suoi riferimenti c’è un’osmosi continua tra regno online e offline, a riprova del fatto che quello che si fa (in questo caso di erroneo) sui social media ricalca e innerva quello che avviene (di sbagliato)

negli spazi fisici assembleari (Vaccari *et al.*, 2015; Toret *et al*., 2015). Dalle sue considerazioni trapela implicitamente la sua idea di quale sia il modo adeguato di fare politica dal basso con e per ə giovani, sui social media e oltre; un modo che rimanda a stili comunicativi e relazionali accoglienti e snelli, altrimenti assenti, secondo lei, nei post e negli incontri del collettivo. In questo ragionamento, [D17f] salta da un punto di osservazione intra-gruppale (come membro di FridaysForFuture) a uno inter-gruppale (come studentessa liceale più giovane) in cui il movimento diventa altro da sé per età, ergo per stili comunicativi. Come spesso accade (Comunello *et al.*, 2020), quindi, i meccanismi di differenziazione tra pratiche comunicative diventano la cartina di tornasole per rilevare i confini tra generazioni diverse, anche tra ə stessə giovani. È come se, per usare in modo appropriato i social media, non si fosse mai abbastanza giovani.

2.2. Dinamiche intergenerazionali nel sense-making tecnopolitico

L'aspetto interessante di questa concezione youth-oriented dei social media è che essa prende vigore in tutte quelle situazioni in cui si è in contesti o conversazioni connotate in chiave intergenerazionale, in cui quindi ci si confronta con altre coorti d'età e le loro pratiche comunicative. Non è un caso, ad esempio, che durante un focus group (online, 07/12/2020), [F23m] abbia ammesso: «non è che siamo espertə [...] in materia; almeno… Io non so perché i post vanno bene o male, o perché perdiamo o raggiungiamo nuovə follower». Anche [P23m] ha replicato che ə "Fridays" non sono «così forti da poter creare e trascinare un hashtag [...] su Instagram; forse di più su Twitter», ma anche lì, secondo [M20m], c'è ancora da imparare (ibid.). In questo scambio, avvenuto in un gruppo ristretto di solə ventenni (quindi coetaneə), la percezione della propria competenza ed efficacia comunicativa sui social media appare ridimensionata rispetto a quando si aspettavano ə zapatistə insieme ai collettivi di adultə o si valutavano le attività deə "Fridays" ventenni con gli occhi deə teenager. Qui non ci si misura con come/quanto efficacemente comunicano altrə attivistə di altre coorti d'età, ma con se stessə, con le proprie capacità di produzione e gestione dei contenuti (di lì il riferimento alla hashtag creation e spreadability di [P23m]), con gli standard professionali (vedasi il riferimento di [F23m] alla lettura delle metriche) e con i risultati che si vogliono raggiungere nei pubblici.

2.2.1. *Il riscatto dell'agency politica giovanile online*

Se spacchettiamo queste considerazioni e le confrontiamo con i processi di appropriazione generazionale discussi poc'anzi, emergono due scenari relativi alle concezioni che ə "Fridays" hanno dei social media e delle proprie competenze digitali (*cfr*. Fig. 20).

Fig. 20 – Vissuti legati a social media e abilità comunicative in base al contesto anagrafico

Nel primo, ə "Fridays" sono immersə in un contesto politico intergenerazionale (in cui, quindi, intervengono anche attivistə più avanti con l'età, siano essə adultə o ventenni) e i social media sono "visualizzati" in relazione all'intero contesto mediale (i.e., come una tra le scelte comunicative possibili nel "polymedia", Madianou e Miller, 2012). In questo caso, i social media sono considerati come il più efficace dei canali di comunicazione politica dal basso e, quasi per osmosi, chi è ə più giovane (siano essə ə "Fridays" in generale o quellə più giovani in particolare) diventa ə comunicatorə più capace in quanto social media user più espertə che, quindi, assorbe e si appropria dell'efficacia delle piattaforme, rivendicandola come propria. Nel secondo scenario, invece, ə "Fridays" sono un unico gruppo omogeneo alle prese con la comunicazione politica dal basso facilitata dai social media che, a loro volta, sono immaginati come una "ecologia" di piattaforme (Barnes, 2008; Trerè, 2019) a sé stante, fatta di architetture (boyd, 2011) che implicano affordance e con-

straint (Norman, 2013; Nagy e Neff, 2015). In quest'altro caso, ə attivistə non sono poi così competenti o efficaci perché guardano a se stessə come merə social media user (quasi senza età) che fanno i conti solo con quello che riescono o meno a fare con/nelle piattaforme, stanti le opportunità e i limiti che queste pongono e senza paragonarsi ad altrə.

In entrambi questi scenari, vediamo operare a monte l'idea secondo cui i social media sono ambienti/strumenti "da giovani", secondo una concezione generazionale della comunicazione che evidentemente appalta ad altre fasce d'età gli altri canali comunicativi (Fernández-Ardèvol *et al.*, 2020) e che poi, a valle, fa leva sull'efficacia dei social media nell'attivismo per riscattare l'agency politica giovanile; necessità di riscatto che viene meno nel momento in cui invece ci si rapporta direttamente con le piattaforme e si perimetrano le proprie abilità secondo parametri socio-tecnologici (Comunello, Mulargia e Parisi, 2016) anziché con logiche inter-gruppali (Comunello *et al.*, 2020).

Queste considerazioni aprono un ulteriore ragionamento: se nel primo paragrafo di questo capitolo abbiamo visto che, nel vissuto deə "Fridays", la comunicazione digitalmente mediata agilizza le attività politiche, e che i social media in particolare potenziano la capacità di mobilitazione perché "smuovono mondi" (a dispetto di chi considera l'attivismo digitale come *slacktivism*, Vaccari *et al.*, 2015; Dennis, 2018), qui osserviamo che, nei racconti di chi milita in FridaysForFuture, sono proprio ə giovani a smuovere quei mondi, e lo fanno proprio tramite i social media (a dispetto di chi sminuisce il loro impegno civico perché online e fuori dai circuiti tradizionali, Bennett, 2008; Kligler-Vilenchik e Literat, 2019). Nella loro esperienza, infatti, le piattaforme consentono a moltə giovani di avvicinarsi al movimento e comprendere l'emergenzialità della crisi climatica (come già segnalato da Fisher, 2016, Wahlström *et al.*, 2019, e Boulianne, Lalancette e Ilkiw, 2020). [T14f], ad esempio, era alla ricerca di informazioni sul tema ed è entrata in contatto con FridaysForFuture proprio per i contenuti che questo pubblicava sui social media; ed ha persino «trascinato di peso le [sue] amiche alle manifestazioni [...] dicendo loro "Guardate le loro pagine social, andatele a studiare!". [X14f], invece, si è avvicinata al movimento partecipando a un contest lanciato su Instagram dall'account di FridaysForFuture-Roma e mandando un video che poi è stato presentato in diretta.

Inoltre, ə giovani che militano in FridaysForFuture sentono di ingaggiarsi fattivamente e collettivamente nella lotta proprio quando si incontrano e si attivano sui social media. Come spiegava [R16f], c'è un momento individuale in cui si informano autonomamente e poi un momento collettivo di "attivazione" che avviene attraverso i gruppi che si creano sui social media: «il gruppo [WhatsApp] non deve informare ma serve ad attivarsi, perché [già] siamo sempre informatə attraverso il cellulare» (ibid.). Per questo, ə giovani

"Fridays" sono stanchə di essere additatə come «la generazione di chi sta sempre davanti al cellulare e non fa niente tutto il giorno» ([C14f], assemblea in presenza, 11/09/2020): nel loro engagement online scorre la linfa per quello civico. Anche [N18m] lamentava il fatto che «molte persone adulte dicono che ə giovani si disinteressano riguardo ai problemi che ci dovrebbero preoccupare, come appunto [...] il cambiamento climatico» perché stanno sui social media; tuttavia, lui è convinto che «proprio usando [queste piattaforme] si riesca a diffondere di più il messaggio [...] perché [si può] condividere materiale [...] e si crea una sorta di rete» (focus group online, 25/02/2021).

In queste parole i social media vengono abbinati ancora una volta aə giovani e, nel riscattare il valore politico della "connective action" che abilitano (Bennett e Segerberg, 2013), indirettamente si riscatta anche l'agency politica giovanile. Da un lato, si difende lo "stare sui social" deə giovani, troppo spesso trattato con paternalismo allarmante (per i livelli di engagement con le piattaforme) o riduzionista (rispetto ad attività e modelli comunicativi offline) da parte deə adultə (Comunello *et al.*, 2020); e, dall'altro, si valorizza il "fare politica sui social" deə giovani, troppo spesso derubricato come inconsistente perché online quando, invero, marca volutamente una "distanza ideologica" dalle pratiche di lotta delle generazioni precedenti (Liou e Literat, 2020). È come se ə giovani più di altrə avessero compreso il potenziale politico di quelle "connessioni con attività pratiche e fattibili" che, secondo Dahlgren (2009), sono necessarie e sufficienti per ingaggiare le persone in una lotta, dare loro un senso di empowerment e, di lì, trasformare l'engagement in vera e propria agency politica. Sanno che i social media consentono di concretizzare attività politiche e di lì indurre una trasformazione sociale e culturale, checché ne dicano ə adultə ancora arroccatə su concezioni e pratiche dell'attivismo (non solo ambientale/ecologista) ormai datate.

2.2.2. "Queə bravə ragazzə": processi identitari age-based

In questa presa di distanza dalle concezioni obsolete dell'attivismo giovanile online proprie deə adultə prende piede anche un processo di costruzione identitaria di FridaysForFuture come movimento animato principalmente da "ragazzə". Difatti, nonostante vi partecipino «anche persone più grandi, e quindi, il movimento [...] riceve un contributo prezioso da parte di persone che hanno più esperienza» ([K22f], evento pubblico online, 09/12/2020), nei fatti le dinamiche di relazione lasciano intravedere una leadership giovanile che diventa carattere ascrittivo del movimento e riposiziona ai margini le persone *âgé*. Queste sono ben accette in quanto alleate (come già segnalato

da Wahlström *et al*., 2019; Zamponi *et al*., 2019), tant'è vero che spesso si radunano e auto-organizzano in gruppi paralleli come TeachersForFuture e ParentsForFuture.

Tuttavia, questi si limitano ad orbitare intorno al "movimento-madre" FridaysForFuture, senza eclissarlo, perché di fondo esiste una regola condivisa non scritta per cui ə adultə devono lasciare aə giovani la scena. Per questo motivo, spesso, in assemblea e nelle proteste si attivano delle dinamiche in cui questə ultimə tendono anche a "contenere" ə primə quando guadagnano protagonismo[132]. In generale, i pochi membri anziani del gruppo sono molto cauti quando prendono parola nei dibattiti o nell'organizzazione delle proteste, tanto è vero che esitano a chiamarsi "Fridays" come invece fanno ə attivistə giovani. Quando non interiorizzano questi meccanismi o mostrano atteggiamenti paternalistici nei confronti deə più giovani, il gruppo perde interesse per i loro contributi e si trincera dietro una educata indifferenza. Ce ne siamo rese conto in diverse situazioni assembleari ma anche osservando le reazioni ai contenuti condivisi sul gruppo WhatsApp in diretta dalle manifestazioni (*cfr*. Fig. 21). Mentre ə attivistə giovani si congratulano con ə compagnə in piazza attraverso l'uso di emoji come il pugno chiuso o la fiamma, simboli della loro partecipazione emotiva alla stessa lotta, ə adultə usano applausi, cuori e parole come "bravissimə", "meraviglia" o "vi adoro", che evocano supporto e appoggio quasi genitoriale ma non anche compagnerismo. Ed è così che finiscono per eclissare il carattere politico-conflittuale delle proteste in corso, oltreché mettere una distanza emotiva e generazionale con ə giovani attivistə.

A ben vedere, queste reazioni deə adultə ci restituiscono un'immagine di FridaysForFuture che rimanda all'idea di un "movimento di bravə ragazzə", che studiano e si preparano (sui temi ambientali), e che protestano in modo creativo e innocuo (con cartelloni e post sui social media, senza essere violenti). Di questo sono ben consapevoli ə attivistə che retroalimentano questa

[2] Vale la pena segnalare che, durante l'evento di restituzione che abbiamo organizzato (in presenza, 15/12/2021), ə "Fridays" hanno riconosciuto di dover lavorare di più e meglio per coinvolgere ə adultə nella lotta contro il cambiamento climatico. Pur criticandolə per la loro «scarsa voglia di implementare politiche concrete» ([J24m], ibid.) e di «mettersi in gioco per il futuro deə figliə» ([K22f], ibid.), ə "Fridays" sentono il bisogno di raggiungerlə nei luoghi fisici e online che abitano, da Facebook agli ambienti di lavoro, onde far comprendere loro l'importanza della transizione ecologica, altrimenti vissuta come «elemento accessorio» ([M20m], ibid.) se non addirittura nemico della stabilità lavorativa. Come ha precisato [K22f], non è un'operazione facile per ə giovani attivistə perché «non [sanno] come funziona l'ambiente lavorativo» e, dunque, non riescono a intercettare eventuali ripercussioni operative nella vita deə adultə derivanti dalle politiche green che il movimento richiede. Tuttavia, è importante per loro tessere un'alleanza intergenerazionale per scardinare «i trent'anni di informazioni sbagliate che hanno ə genitorə» ([J24m], ibid.).

immagine con le loro scelte politiche e comunicative. Ad esempio, postare su Instagram una foto che ritrae ə “Fridays” alle prese con un cartellone in cui appuntano per iscritto idee sulla decentralizzazione energetica (una delle immagini polisemiche che abbiamo utilizzato per provocare la discussione nei focus group), rimanda alla volontà di dimostrare «la preparazione di ognuna delle persone che partecipa» al movimento, «la condivisione e l’unità» che lo caratterizzano e «gli ideali e le cose per cui si batte» ([D17f], focus group online, 06/03/2021). Quella foto su Instagram serve a «mostrare che Fridays[ForFuture] è capace di cambiare il mondo così come ha fatto Greta» (ibid.). Questa narrazione promossa negli ambienti online riecheggia anche nei messaggi che si vogliono trasmettere durante le proteste offline. Per esempio, quando si snocciolavano idee sulle azioni da organizzare per il global strike autunnale del 2020, [I?f] ha suggerito l’idea di allestire un’aula studio in piazza «così [lei poteva] studiare per gli esami» senza perdersi lo sciopero, e «intanto [si lanciava] anche il messaggio che ə “Fridays” studiano e si preparano» (assemblea in presenza, 28/09/2020).

Fig. 21 – Reazioni alle immagini delle proteste, diversificate per età

Nelle maglie di questi processi di scelta dei contenuti da portare sui social media e nelle piazze della città viene così in evidenza l’identità che Fridays-ForFuture vuol proporre di se stesso: un movimento inclusivo, fattivo e serio che fa spazio a giovani che studiano e concretizzano il sapere in azioni che in-formano a loro volta. È questo il primo livello di connotazione dell’idea di “bravə ragazzə” che qui stiamo sintetizzando, che così sfrutta strategicamente gli entusiasmi paternalistici deə adultə per raccogliere adesioni e con-

senso. Il secondo livello, quindi, attiene agli stili di protesta e di comunicazione, che devono inevitabilmente supportare questa immagine pubblica del movimento e farvi leva per legittimarlo presso l'opinione pubblica. Per usare un'espressione di [C14f]: «ə "Fridays" devono fare ə carinə e coccolosə!» per cui non sono ammesse azioni violente o contenuti mediali aggressivi (evento pubblico in presenza, 02/10/2020). Secondo [Z19m], questo stile è un valore aggiunto del movimento proprio perché raccoglie consensi.

La forza deə "Fridays" sta nella loro correttezza e coerenza, che ha messo i media e l'opinione pubblica dalla loro parte: [...] difficilmente ci hanno detto "Ah quei criminali deə Fridays!"; [...] il nostro modo di mobilitarci ha restituito ottimi risultati» ([Z19m], workshop in presenza, 10/07/2020).

Dalle sue parole trapela un velato biasimo nei confronti di altri movimenti sociali che, proprio per aver optato per forme di protesta più aggressive, hanno perso aderenza presso l'opinione pubblica e sono stati additati come criminosi. Tuttavia, egli riconosce che potrebbe essere utile rinnovare il repertorio di protesta, e quando lo abbiamo provocato proponendo forme di mobilitazione più conflittuali, [Z19m] ha risposto:

Sinceramente non credo che […] siano la soluzione migliore. [...] Il problema è che ora noi stiamo con un cartello davanti a un palazzo in cerchio e ci diciamo che sta finendo il mondo; [il] che va bene per venti, trenta volte, poi però va rinnovato. Non dobbiamo passare da questo a tirare i sanpietrini però possiamo passare da questo a… Non lo so, dipingere? [...] Fare dei flash-mob più simbolici [...] anziché la solita piazza o presidio? ([Z19m], workshop in presenza, 10/07/2020)

Nella sua idea, quindi, il rinnovo delle forme di mobilitazione avviene comunque entro il perimetro della creatività non violenta. Questo stesso moto a diventare più incisivə senza mai eccedere si ritrova anche nel modo in cui ə "Fridays" parlano delle loro prassi comunicative.

Sulla comunicazione, ci facciamo un po' troppi problemi: non vogliamo offendere e a volte [...] risultiamo un po' noiosi e ripetitivi. Quindi sì, vogliamo dare l'idea di essere ragazzə serə che sanno quello che dicono e così via, e non essere criticatə da chi fa attivismo da più tempo; però essere un po' più goliardicə non guasterebbe. ([F23m], focus group online, 07/12/2020)

Da questi racconti emerge il ragionamento che guida le scelte politiche e mediatiche di FridaysForFuture: l'obiettivo è distinguersi da altri movimenti riscattando una agency politica giovanile costruttiva che consenta, a sua volta, di accreditarsi presso l'opinione pubblica e allargare la partecipazione.

Tuttavia, è evidente che per ə stessə “Fridays” questa auto-ascrizione identitaria (in pieno stile “*identization*”, Kavada, 2015) può diventare limitante perché restringe la gamma di azioni (di protesta e comunicative) a disposizione e smorza anche quella tensione emotiva che serve ad animare le mobilitazioni.

Peraltro, secondo [G25f], nel comunicare si dovrebbe mettere meglio a fuoco l’obiettivo che il movimento persegue, ad esempio, quando si lancia un global strike e più in generale quando si comunica all’esterno con il grande pubblico; altrimenti FridaysForFuture perde quella “capacità mediatica” che, nella sua visione, costituisce proprio il carattere ascrittivo del movimento.

> Ai media non è chiaro quello che stiamo facendo. Sono come bambinə: dobbiamo spiegargli tutto chiaramente. […] Bisogna pensare alla forma, alla mediaticità e come raggiungerla: ne abbiamo bisogno. […] Se c’è una cosa che con Fridays[ForFuture] dobbiamo raggiungere è la mediaticità [che ci distingue] rispetto ad altri movimenti. ([G25f], assemblea in presenza, 04/09/2020)

A ben vedere, quindi, non bucare lo schermo e restare “carinə e coccolosə” nelle azioni di protesta e comunicative può diventare un limite e può persino avere l’effetto paradossale di retro-alimentare quegli atteggiamenti paternalistici e/o riduttivi nei confronti dell’attivismo giovanile che si vogliono invece scalfire. I media mainstream, per esempio, cedono spesso a una visione che banalizza FridaysForFuture come “movimento di Greta”; visione che poi risuona nelle orecchie dell’opinione pubblica affermandosi come identità predominante e però limitante, che opacizza la ricchezza ed eterogeneità del movimento, della sua composizione sociale e delle sue rivendicazioni. Di questo sono consapevoli ə “Fridays” che, malvolentieri, misurano la propria presa sull’opinione pubblica in base a quanto e come si parla di Greta Thunberg. Ad esempio, a seguito di una videoconferenza tra questa e l’allora Presidente del Consiglio dei Ministri Conte, ə “Fridays” hanno passato in rassegna sul gruppo WhatsApp i quotidiani che ne hanno dato notizia (*cfr*. Fig. 22). In quella circostanza si sono resə conto che anche Greta, come loro, stava perdendo *grip*, il che conferma le perplessità sull’aver costruito narrativamente un’identità di movimento così avvitata sull’immagine deə “bravə ragazzə” che potenzia ancor di più l’idea di “attivismo innocuo” sottesa alle concezioni low-effort dell’attivismo digitale in generale, e dell’attivismo digitale giovanile in particolare, in un circuito vizioso che non aiuta a legittimare le richieste politiche del movimento.
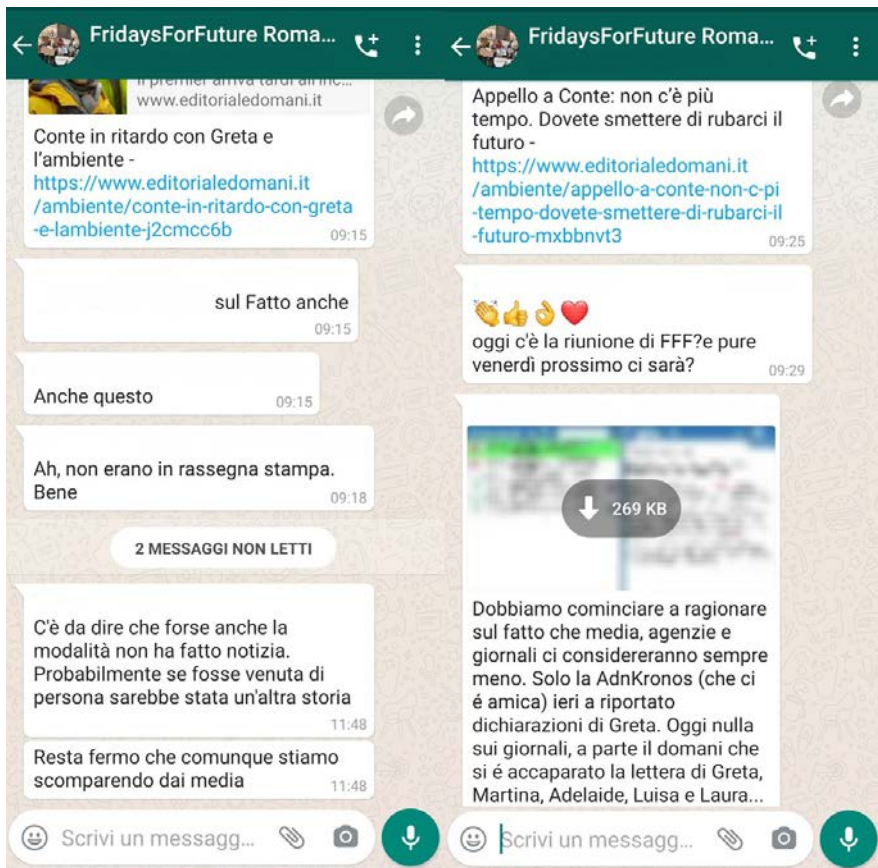
Fig. 22 – Scambio di opinioni sulla visibilità mediatica di Greta Thunberg

2.3. Dall'età dell'utenza all'età delle piattaforme

La concezione generazionale della comunicazione (Fernández-Ardèvol *et al*., 2020) di cui abbiamo discusso finora, con le sue implicazioni in termini di gestione dei rapporti tra attivistə di età diverse e di costruzione identitaria del movimento, non si ferma all'appropriazione giovanile dei social media ma penetra e si ramifica anche all'interno dell'"ecologia" delle piattaforme (Barnes, 2008; Trerè, 2019), arrivando a stratificarle in funzione dell'età deə loro utenti considerati come "tipicə". Se nel primo paragrafo abbiamo visto che ə "Fridays" aderiscono a una "media ideology" (Gershon, 2010) secondo cui ciascuna piattaforma ha i suoi pubblici e serve a perseguire scopi politici specifici, qui scopriamo che questi pubblici sono immaginati come differenziati per età.

In diverse occasioni, infatti, ə attivistə di FridaysForFuture-Roma hanno fatto riferimento alla convinzione per cui i diversi SNS hanno una propria audience age-based; convinzione che, a sua volta, indirizza le loro scelte mediali "frontstage" (Trerè, 2019). Durante un'assemblea (online, 26/10/2020), per esempio, [M20m] ha dichiarato: «Twitter è immaginato [...] per fasce di età non giovani e non anziane, Facebook pure è frequentato solo da certe fasce d'età [più grandi], TikTok [invece] è per ə giovani». Durante un focus group, poi, [G25f] ha aggiunto un'ulteriore distinzione:

> Instagram è un social molto più giovanile e immediato. Viene usato per mandare messaggi più flash, quindi le stories o […] le foto che accompagnano [i] post. Il messaggio è più ristretto rispetto a quello che si pubblica su Facebook [...] [dove] il pubblico ha un'età più medio-alta [...] e la gente è più propensa, abbiamo notato, a leggere post più lunghi. Quindi [...] questi sono i criteri che abbiamo. ([G25f], focus group online, 11/12/2020)

Da questi racconti emerge, anzitutto, che ə "Fridays" maturano una media ideology age-based a partire dalla loro esperienza personale di social media user ("abbiamo notato") che consente loro di identificare anche gli stili comunicativi propri di ciascuna utenza di piattaforma che, a loro volta, finiscono per definirla. In quanto giovani (e) social media user, ə "Fridays" sanno che, come loro, anche ə proprə pari tendono a stare su Instagram, difficilmente frequentano Facebook e raramente apprezzano uno stile comunicativo prolisso. Vedono altresì genitorə, parenti e docenti stare su Facebook, adottare una comunicazione verbosa e frequentare meno intensamente Instagram. A partire da questa esperienza, collocano ciascuna generazione su ogni piattaforma combinando una prospettiva intra-gruppale basata sulle somiglianze (tra giovani) con una inter-gruppale basata sulle differenze (con ə adultə). Questa operazione, peraltro, consente loro di tracciare a ritroso delle vere e proprie "epoche di social media" legate al modo in cui ə utenti le integrano nella vita quotidiana (Fernández-Ardèvol *et al.*, 2020). Ne deriva una sorta di tipologia in cui Facebook è un sito *âgé* in quanto abitato da adultə e caratterizzato da uno stile comunicativo prolisso, mentre Instagram è *jeune* in quanto abitato da giovani e caratterizzato da uno stile comunicativo più immediato e d'effetto; il che a sua volta lo rende la piattaforma di punta e identificativa del movimento. Non a caso, [P23m] durante un focus group (online, 07/12/2020), disse: «noi ci chiudiamo su Instagram e sulla bolla giovanile, […] [con una] forma pop e goliardica, che sia catchy, […] per far passare [le persone dai social media] alla partecipazione [in piazza]». Instagram è dove stanno ə giovani, quello è lo stile comunicativo privilegiato daə coetaneə, e quindi è lì e in questo modo che si raccolgono adesioni ad un movimento pensato da e per loro.

La connotazione anagrafica di ciascuna piattaforma (giovanile versus vecchile) appare così correlata agli "idioms of practice" (Gershon, 2010) che la caratterizzano (immediatezza versus verbosità), in una sorta di rapporto di causalità tale per cui ə "Fridays" riconducono all'appartenenza generazionale le pratiche comunicative e, di lì, l'habitat digitale. Come a dire: ə giovani prediligono uno stile comunicativo snello e fresco *ergo* stanno su Instagram perché lì si è solitə comunicare in questo modo; ə adultə, invece, sono più verbosə, *ergo* stanno su Facebook perché lì si interagisce in quest'altro modo. In queste equazioni di sense-giving, influiscono anche le affordance di piattaforma: la centralità delle story e delle foto nell'architettura di Instagram, per esempio, invita a un uso più veloce, condensato e accattivante di quanto non facciano i post di Facebook. Di conseguenza, nella percezione deə "Fridays", ogni piattaforma intercetta i gusti e le propensioni della popolazione (giovane versus adulta) che le abita; gusti e propensioni che, a loro volta, variano in base ai contesti culturali in cui ciascuna generazione è cresciuta e alle pratiche comunicative che ha sviluppato (Mannheim, 1952).

L'appartenenza generazionale è, quindi, considerata come un fattore che influisce a monte su quale piattaforma le persone scelgono di abitare o frequentare, in quanto orienta i loro gusti e le loro preferenze stilistiche. Questo ragionamento non si applica, tuttavia, a Twitter, che, nell'immaginario di chi milita in FridaysForFuture-Roma, è comunque "deə adultə", nonostante la piattaforma limiti la pubblicazione di contenuti a un numero ristretto di caratteri e, dunque, sia sintetica per design. In questo caso non è lo stile comunicativo a connotare in chiave generazionale la piattaforma (che, in quanto snella, dovrebbe intercettare le preferenze deə giovani), bensì il tenore e tipo di discussione politica. Si tratta di un tipo di dibattito pubblico online più in consonanza con la politica partecipativa adulta che non con quella giovane, e per questo Twitter è stata una piattaforma "sconosciuta" aə "Fridays" per diverso tempo. Infatti, quando [M20m] per la prima volta ha sponsorizzato in assemblea (online, 26/10/2020) l'adozione di Twitter e il ricorso alla tweetstorm, tuttə erano piuttosto sorpresə di scoprire l'efficacia delle campagne hashtag-driven che erano state realizzate lì fino ad allora.

Si trovavano nell'apparente contraddizione di dover "riciclare" uno strumento politico considerato come *âgé* (in quanto collocato idealmente del passato perché pensato per adultə), con la sensazione che fosse "nuovo". La difficoltà stava nel riconoscere il carattere "giovanile" della piattaforma (snella e sintetica) e, allo stesso tempo, le forme di lotta e comunicazione politica per loro "datate" che essa ospita ed abilita. Ad ogni modo, la piattaforma si è fatta largo nell'ecologia degli spazi online deə "Fridays", con una sua propria caratterizzazione generazionale. Mentre su Facebook e Instagram sono gli stili comunicativi giovanili versus vecchili a trainare l'intero processo di

sense-making in chiave intergenerazionale (Comunello *et al.*, 2020) fino a distinguere diverse "generazioni sociali" (Mannheim, 1952) e le rispettive piattaforme, su Twitter è il contenuto delle discussioni che viene in rilievo e che identifica una "generazione politica" (Whittier, 1997), quella adulta, con i cui stili di partecipazione politica ə "Fridays" hanno deciso di misurarsi. Da un lato, provano a rispettare le prassi stabilite tra ə utenti adultə di Twitter, e dall'altro, le sfidano e le contaminano con le tweetstorm, che condensano i propri stili comunicativi young. Un esempio di questo mix di adeguamento e ibridazione lo abbiamo "catturato" a fine ottobre 2020, quando il programma televisivo "Propaganda Live" aveva come ospite Timmermans, vicepresidente della Commissione Europea. In quell'occasione, ə attivistə di FridaysForFuture-Roma hanno deciso di lanciare una tweetstorm per provocare una discussione televisiva su come la riforma della PAC appena approvata fosse completamente disallineata rispetto agli obiettivi del Green Deal[3]. Nel decidere cosa e quando twittare, ə "Fridays" non solo provavano a stare faticosamente nella timeline del programma televisivo e nei 280 caratteri che Twitter concede, ma dovevano fare i conti anche con le prassi vigenti sulla piattaforma, cercando di capire quale fosse la sintassi più appropriata (hashtag versus mention) o quali account fosse più opportuno sollecitare per riscuotere attenzione (*cfr*. Fig. 23). In questo processo di negoziazione con la piattaforma e le sue regole, ə "Fridays" provavano comunque a "ringiovanire" lo stile comunicativo vigente, puntando alla semplicità ed alla capacità esplicativa del messaggio, e ricorrendo a un linguaggio divertente e a un tono giocoso (tanto è vero che nel tweet che, alla fine, si è deciso di usare per il *bombing* si è usato uno slang romanesco e si è ironizzato sulle preferenze calcistiche di Timmermans).

Questa vicenda dà conto del fatto che ə attivistə di FridaysForFuture intervengono "a modo loro" in una arena mediatica e politica pensata come di altre coorti d'età. Qualcosa di analogo, ma *a contrario*, vale per TikTok sulla cui adozione si è discusso a lungo dentro il movimento fino a che non è stato attivato un canale nazionale unico. Di questa piattaforma si valorizzava il fatto che è usata da «ragazze e ragazzi di 16-17 anni: [...] è la piattaforma più vicina a loro per fare politica, come, non so… il Facebook dell'epoca!» ([J24m], workshop in presenza, 10/07/2020). TikTok è pensata, quindi, come lo spazio deə giovanissimə in quanto piattaforma di ultima generazione che, seguendo la teoria delle "epoche dei social media" (Fernández-Ardèvol *et al.*,

[3] Il Green Deal è un piano strategico proposto dalla Commissione Europea e sottoscritto da tutti i Paesi membri a dicembre 2019. Prevede l'adozione di varie misure volte a contrastare il cambiamento climatico intervenendo in diversi settori quali l'energia, l'industria, l'edilizia, il commercio, l'inquinamento, la mobilità e la biodiversità. Le azioni di intervento mirano a raggiungere obiettivi concreti e propedeutici al rispetto degli Accordi di Parigi sul clima entro il 2050, con tappe intermedie fissate al 2030 e al 2040.

Fig. 23 – Confezionamento di un tweet tra rispetto e ringiovanimento delle prassi Twitter

2020), è paragonata all'uso che ə non più giovani facevano inizialmente di Facebook. D'altro canto, però, TikTok destava perplessità per le pratiche d'uso prevalenti: è considerata per lo più come una piattaforma «sciocca [dove] fai dei balletti con la musica sotto, [...] che sembra una cosa assolutamente idiota!» ([Z19m], ibid.). Tuttavia, è forte la convinzione che, se FridaysForFuture vuole coinvolgere nella sua lotta anche fasce di popolazione giovanissime, deve intercettarle nei loro spazi e dunque anche sulle loro piattaforme: «per farsi ascoltare, ə "Fridays" devono stare al passo coi tempi [...] perché altrimenti sono deə boomers!» ([Cf14], assemblea online, 02/11/2020). Con il termine "boomers", [Cf14] si riferiva all'etichetta dispregiativa che, nella *vulgata* contemporanea, viene spesso affibbiata alle persone con più di 55 anni per il loro paternalismo nei confronti delle tecnologie e per le loro scarse competenze digitali. Secondo lei, quindi, se il movimento avesse escluso TikTok dalla sua ecologia di piattaforme solo perché ritenuta inappropriata per il movimento sulla base di pratiche d'uso apparentemente superficiali, sarebbe scivolato in quello stesso atteggiamento giudicante e paternalistico che ə adulti mostrano nei confronti delle culture digitali giovanili senza davvero conoscerle (Comunello *et al.*, 2020), apparendo così "più vecchio" di quanto non sia e soprattutto perdendosi quel segmento di giovani a cui la lotta al cambiamento climatico deve invece estendersi. A ben vedere, «se utilizzato in maniera intelligente, TikTok è un ottimo mezzo di comunicazione» ([Z19m], workshop in presenza, 10/07/2020) perché consente di fare informazione in maniera catchy e in tempi rapidi tra i pubblici più giovani in assoluto. Nella visione deə "Fridays" devono esserne quindi rinegoziate le prassi d'uso, iniettando contenuti "seri" e "appropriati" per una battaglia politica del tenore di quella climatica. Di conseguenza, vanno forzati o comunque

sfidati gli idioms of practice vigenti contrapponendo a un uso considerato "idiota" una proposta alternativa "intelligente" in quanto politically-oriented nei contenuti, obiettivi e target (ibid.). In questo senso, quindi, ə "Fridays" dimostrano di essere consapevoli che «la credibilità non la crea la piattaforma ma i discorsi e i linguaggi che unə [lì] porta avanti» ([J24m], assemblea online, 26/10/2020), e dunque che è possibile intervenire "a modo proprio" in una arena mediatica e politica pensata come di altre coorti d'età. In questo caso, tuttavia, la loro "firma" non riguarda lo stile comunicativo come avviene su Twitter, ma il tenore dei contenuti. Se lì ə "Fridays" ringiovaniscono le pratiche d'uso politico applicando uno stile fresco e giovanile, qui le "fanno maturare" iniettando contenuti e questioni climate-oriented; in un caso, l'appropriazione generazionale opera sul piano stilistico/comunicativo, mentre nell'altro caso si declina sul piano contenutistico/politico.

Tuttavia, questo arsenale di strategie politiche e tattiche mediali sembra riguardare solo le attività di "frontstage" svolte sui SNS (Trerè, 2019). Non abbiamo, infatti, rilevato alcuna stratificazione per età delle MIM né alcuna differenziazione generazionale tra queste e i SNS. WhatsApp e Telegram appaiono quasi senza età, non sono connotate in chiave generazionale, né per somiglianza tra pari né per differenza con altre fasce d'età. Ci sembra rilevante segnalarlo perché significa che strategie e tattiche age-based servono a sostenere verso l'esterno quell'identità giovanile del movimento che, evidentemente, non ha bisogno di essere affermata o fortificata internamente, negli ambienti di "backstage" come le MIM (ibid.). L'immagine pubblica di FridaysForFuture va agita sul palcoscenico della politica dal basso, sia esso sui SNS o nelle piazze, mentre nella fucina del movimento si forgiano pratiche relazionali e dinamiche identitarie che non riguardano il bisogno di riscatto intergenerazionale dell'agency politica giovanile ma attengono piuttosto a quelle regole organizzative e a quel senso di appartenenza alla lotta per il clima di cui abbiamo discusso nel primo paragrafo di questo capitolo. Dentro FridaysForFuture-Roma, il protagonismo giovanile sembra essere indiscusso al punto che, oltre a marginalizzare il paternalismo adulto, non serve iniettare uno stile comunicativo che reindirizzi quello già vigente. Di conseguenza, le MIM già ospitano pratiche d'uso coerenti con la generazione sociale e politica che le abita, nonostante nei gruppi WhatsApp e Telegram vi siano anche membri *âgé*. Sono ambienti privati e controllati (Valeriani e Vaccari, 2018; Gil de Zúñiga *et al*., 2021), in cui si discute di come portare avanti la battaglia per il clima secondo logiche e prassi già in linea con quelle collaudate e apprezzate daə giovani (Vermeer *et al*., 2020; Gil de Zúñiga *et al*., 2021).

Conclusioni

Nel corso di questo libro abbiamo conosciuto il gruppo romano di FridaysForFuture attraverso la due lenti teorico-analitiche delle rappresentazioni sociali e dell'attivismo digitale giovanile. Abbiamo infatti "spacchettato" le esperienze deə attivistə del gruppo romano legate al cambiamento climatico e agli usi politici dei social media, con l'intenzione di offrire, in questa sede, un momento di sintesi che dia conto delle interferenze reciproche fra queste due esperienze. In questo capitolo conclusivo discutiamo, quindi, del modo in cui le pratiche d'uso dei social media *influenzano mentre incorporano* la percezione del cambiamento climatico, e viceversa.

Questo focus contribuisce, così, al filone di studi che considera l'attivismo digitale come forma di lotta tra le altre (Vaccari *et al*., 2015; Dennis, 2018; Trerè, 2019; Mattoni, 2020 tra ə altrə) e come moto legittimo di partecipazione politica giovanile (Bennett, 2008; Jenkins *et al*., 2016; Earl *et al*., 2017; Liou e Literat, 2020 tra ə altrə), aggiungendo un approfondimento esplicativo di come la specificità della vertenza politica modelli concretamente gli usi delle piattaforme digitali (nello specifico, dei social media). Stanti certi caratteri ricorrenti dell'attivismo digitale (soprattutto giovanile) sui social media, il nostro lavoro dimostra che il modo in cui si percepisce una vertenza politica modella le pratiche di lotta e connota sul piano identitario un movimento, in quanto interviene sui significati che ə attivistə attribuiscono alle architetture e affordance di piattaforma. D'altro canto, la nostra analisi nutre il filone di studi sulle rappresentazioni sociali tenendo insieme livelli, meccanismi, struttura, contesti spazio-temporali e dinamiche di assimilazione di un fenomeno sociale sensibile e attuale (Moscovici e Hewstone, 1983; Wagner *et al*., 1995; Quenza, 2005; Castro, 2014; Jaspal e Breakwell, 2014 tra ə altrə). In particolare, arricchiamo le ricerche che già hanno applicato questa teoria alle questioni ecologiche/ambientali (Smith e Joffe, 2013;

Wibeck, 2014; García-Vinuesa *et al.*, 2019; Mambet Doue *et al.*, 2020 tra ə altrə) valorizzando il ruolo degli ambienti digitali e delle reti sociali online in quanto spazi dove prendono forma tali rappresentazioni e in cui si radica un posizionamento specifico, connotato in chiave sociopolitica e intergenerazionale. La crisi climatica è pensata inevitabilmente come battaglia di tuttə ma deə giovani in particolare (anche) perché il suo significato viene negoziato in ambienti digitalmente mediati che organizzano le relazioni in certi modi e ospitano specifiche pratiche culturali e appartenenze identitarie.

Infine, il nostro lavoro vuole dialogare con le pratiche trasformative della ricerca già sperimentate e/o teorizzate finora (Mertens, 2007; Tuhiwai-Smith, 2016; McAteer e Wood, 2018; Nairn *et al.*, 2020 tra ə altrə). Per questo, chiudiamo il capitolo e il libro con un ragionamento critico sia sulle pratiche di lotta deə "Fridays", sia sul nostro lavoro "ai (loro) fianchi" come ricercatrici e attiviste. Da un lato, vogliamo quindi enucleare i caratteri ascrittivi di FridaysForFuture che lo distinguono da altri movimenti sociali e climatici, identificandone punti di forza o debolezza; dall'altro, proviamo a problematizzare il nostro approccio alla ricerca, identificandone limiti e opportunità, e tracciando anche possibili sviluppi per studi futuri.

1. Cambiamento climatico e usi politici dei social media: una miscela di esperienze

Vivere il climate change come crisi socio-ecologica implica, sul piano cognitivo e fattivo, "interconnettere" le persone in una lotta che trova, in questo modo, il suo habitat naturale nelle azioni connettive abilitate dai social media. Specularmente, quel senso di comunanza che caratterizza tale percezione del cambiamento climatico prende piede proprio entro le connessioni reticolari online, nello scambio di saperi, opinioni ed emozioni che i social media ospitano. Seguendo la stessa logica, vivere il cambiamento climatico come problema generazionale dialoga con la sensazione che i social media siano "roba da/per giovani": la costruzione age-based del senso di appartenenza alla vertenza politica per cui si lotta si snoda lungo le dinamiche di appropriazione generazionale delle piattaforme, che a loro volta consolidano i contorni identitari e il posizionamento politico age-based del movimento di fronte alla crisi climatica. In questo modo, le rappresentazioni sociali del cambiamento climatico entrano nelle maglie dei processi di negoziazione di senso con le piattaforme stesse, nei termini in cui ridefiniscono i modi e le regole d'uso dei social media a partire dalla specificità di un problema comune ma generazionale, attuale ma di lungo periodo; allo stesso tempo le pratiche d'uso dei

social media, connettive ma giovanili, politiche ma accattivanti, retroalimentano il vissuto legato alla crisi climatica.

Vediamo ora, nel dettaglio, come avviene questo processo di compenetrazione reciproca tra questi due vissuti.

1.1. Il mix tra mettere in comune la vertenza politica e interconnettere l'azione tecnopolitica

Quando abbiamo analizzato la rappresentazione socio-ecologica del cambiamento climatico, abbiamo visto che il contenuto rappresentazionale (Le Bouedec, 1984; Contarello *et al.*, 2007) si avvita intorno all'idea di crisi sistemica e diffusa che riguarda tutto e tuttə, dalle istituzioni, alle aziende, aə individui. Costitutivamente, il climate change è considerato daə "Fridays" come problema "(in) comune", nel senso che ci riguarda come individui nella nostra sfera privata, ma anche come collettività nella sfera pubblica (dimensione che anche secondo Zamponi *et al.*, 2022, distingue FridaysForFuture da altri movimenti ecologisti). Questa duplice dinamica di "imputazione" della vertenza supera la dicotomia pubblico versus privato secondo una logica che possiamo definire di "*commoning*", di "messa in comune" delle singolarità, la quale combacia perfettamente con la *connective action logic* (Bennett e Segerberg, 2013) che struttura l'uso politico dei social media da parte deə "Fridays". Vi è, infatti, una partecipazione politica personalizzata e individuale che poi si agglutina entro le reti online e offline del movimento (Bakardjieva, 2015), secondo lo stesso modello "diffusivo" con cui individualmente e collettivamente siamo toccatə dalla crisi climatica. La stessa messa in rete delle lotte – lo abbiamo visto – risponde alla concezione intersezionale della battaglia climatica e avviene naturalmente nelle interconnessioni socio-tecnologiche che ə "Fridays" attivano con altri movimenti, partecipando alle loro mobilitazioni (i.e., intervenendo dai palchi delle loro piazze, ripostando e supportando i loro social media content, partecipando ai loro incontri) e coinvolgendoli nelle proprie (i.e., dando loro la parola durante i global strike, contando sul loro content sharing sui SNS, coordinandosi con loro tra MIM e assemblee).

La strategia comunicativa deə "Fridays" si fa così espressione del carattere "accomunante" proprio della rappresentazione socio-ecologica del climate change che hanno maturato dentro e fuori le piattaforme. Si tratta, a ben vedere, di una "traduzione in digitale" dell'idea che questo problema riguarda ciascunə di noi singolarmente e tuttə noi collettivamente. Le pratiche d'uso politico dei social media si modellano a partire dal vissuto che ə attivistə

hanno della vertenza politica per cui lottano; allo stesso tempo, la percezione di quest'ultima si modella nelle negoziazioni di senso politico che avvengono con e nelle piattaforme. I social media, infatti, sono vissuti come spazi capienti il cui potere di mobilitazione è locativo in quanto rimanda alla capacità deə attivistə (e non delle piattaforme) di intercettare e contenere "mondi" di persone in quegli spazi e, sempre lì, esercitare la propria agency politica negli scambi abilitati dai social media. Questi sono parte integrante dell'attivismo di FridaysForFuture, al punto che non è possibile per ə attivistə concepire la lotta senza ricorrere all'utilizzo di queste piattaforme. Migrando da una all'altra a seconda dell'obiettivo politico e del pubblico di riferimento, ə attivistə esprimono vere e proprie "media activist ideology" che rendono le pratiche d'uso politico dei social media nient'altro che pratiche di lotta tra le altre (Mattoni, 2020). Per ə "Fridays", ogni azione online assume un significato che è al contempo mediatico e politico, e che attinge a credenze, norme e valori maturati sui social media e oltre. Si tratta di convinzioni che rimandano all'idea di fondo secondo cui ogni spazio (ivi compresi quelli digitali) ha una sua destinazione d'uso specifica e usi appropriati (Comunello, Mulargia e Parisi, 2016). Alla distinzione fra piattaforme di frontstage e backstage (Trerè, 2019) si affianca così una stratificazione "funzionale" delle piattaforme, maturata nelle negoziazioni di senso con le affordance di piattaforma: Facebook funziona da rubrica delle attività in programma da sponsorizzare presso un pubblico generalista; Twitter è l'avamposto privilegiato per interpellare le istituzioni pubbliche; e Instagram serve ad incorniciare visivamente i temi di lotta e di lì catturare l'adesione deə singolə.

Questo stile composito e ibrido di abitare la social media ecology (Barnes, 2008; Chadwick, 2013; Trerè, 2019) segue una "doppia velocità" che, a sua volta, ricalca il senso di spazio-tempo "allargato" (Wagner, 2007; Castro, 2014) proprio della visione socio-ecologica del climate change. Se questa è al contempo emergenzialità nel presente e "rumore di fondo" costante, che arriva da lontano e durerà in futuro, le pratiche di lotta di FridaysForFuture si declinano di conseguenza: risuonano tra le piazze e i social media in occasione dei global strike due volte l'anno, e mantengono un mormorio di sottofondo che rimbalza tra friday strike settimanali, produzione giornaliera di contenuti social, attività in-formative nelle scuole e assemblee online e offline. Quest'impostazione rimanda, peraltro, a un "doppio moto" dell'attivismo *à la* "Fridays". Da un lato, si invita alla partecipazione in concomitanza dei picchi di protesta, con stili comunicativi accattivanti ed emotivi (Gravante, 2016; Treré e Barranquero, 2018). Non a caso, il campo rappresentazionale (Le Bouedec, 1984; Contarello *et al.*, 2007) del climate change come crisi socio-ecologica è perimetrato dall'asse politico, lungo il quale le denunce e proposte bottom-up si oppongono alle policy top-down: nella con-

flittualità e polemica così come nella propositività e costruttività si gioca la disputa sui contenuti emotivi da trasmettere per la "raccolta" di adesioni. Dall'altro lato, si costruisce partecipazione nel lungo periodo, "seminando" consapevolezza e interesse nelle fasi latenti tra un global strike e l'altro, con attività (online e offline) in-formative che ingaggiano cognitivamente le target audience. Per questo, il campo rappresentazionale del climate change come crisi socio-ecologica si modella anche intorno all'asse (in)formativo: spaziando tra webinar, seminari autogestiti nelle scuole, data mining sui gruppi MIM e assemblee plenarie tematiche, ə "Fridays" ancorano la lotta per il clima ad un sapere vernacolare (Wagner, 2007) che innerva il loro posizionamento e che rende tali attività vere e proprie pratiche di lotta. Questo sapere mette in trasparenza il nesso cause/effetti/risposte che costituisce il nucleo centrale della loro rappresentazione socio-ecologica del cambiamento climatico; così facendo, ə "Fridays" consentono alle persone di appropriarsi della lotta per il clima facendo leva sulla tenuta associativa di quello stesso nucleo centrale (Quenza, 2005).

Tutto questo avviene dentro e fuori le piattaforme, e dunque entro i processi di creazione di senso che sono anche digitalmente mediati (non a caso, McVeigh-Schultz e Baym, 2015, parlano proprio di "vernacular affordances" per dare valore alle prassi che prendono forma tra utenti in relazione alle caratteristiche delle piattaforme). Nel definire come ingaggiarsi con e dentro i social media, anche ə "Fridays", in quanto user ed attivistə, definiscono prassi tecnopolitiche specifiche che collegano il fabbisogno in-formativo (attivato dalla vertenza) con le modalità con cui soddisfarlo (abilitate o suggerite dalla tecnologia). Lo stesso vale per il fabbisogno socio-politico: da un lato, si piegano gli usi delle piattaforme all'obiettivo politico data dalla vertenza, sfruttando ad esempio l'*hashtagging* per dare visibilità a certi temi o restituire un senso di massività della partecipazione; dall'altro lato, si piega l'esigenza politica alle dinamiche di funzionamento delle piattaforme, ad esempio depositando sullo stesso hashtagging il valore "coagulante" che generalmente gli striscioni hanno nei cortei fisici e, di lì, restituire un senso di comunità e chiamata a raccolta di chiunque voglia battersi per la giustizia climatica e sociale.

Nel dispiegarsi di tali processi, si vengono definendo anche i confini simbolico-identitari del movimento (Duveen, 2001; Jaspal e Breakwell, 2014; Morera *et al*., 2015) che prendono forma all'intersezione tra specifiche dinamiche relazionali (piano ontologico), norme sociali (piano deontologico) e valori culturali (piano assiologico). L'orizzontalità e l'inclusività regolano sia quello che FridaysForFuture è nel e per il mondo esterno, sia il modo in cui esso funziona al suo interno. L'identità si modella così intorno all'idea di fondo che, quando si tratta di climate change, siamo tuttə coinvoltə e dunque

c'è spazio per tuttə. E così, sui social di frontstage si punta all'interazione con i pubblici, adeguandosi alle loro prassi comunicative o forzandole pur di avvicinarli: l'engagement con e dentro le piattaforme è uno dei passi, spesso il primo, verso l'adesione alla lotta per il clima e al movimento.

Parallelamente, nel backstage, tra assemblee (siano esse online o offline) e gruppi MIM (siano essi di coordinamento o di accoglienza e scambio), si creano norme e codici di condotta che consolidano il senso di appartenenza a FridaysForFuture.

1.2. Il mix tra appropriazione generazionale della disputa politica e degli spazi in cui militarla

Nelle nostre analisi abbiamo inoltre evidenziato che ə "Fridays" considerano la crisi climatica come una catastrofe che interessa soprattutto ə giovani perché saranno loro a pagarne i costi ambientali, sociali ed economici più elevati. D'altro canto, abbiamo visto anche che ə attivistə si appropriano dei social media in quanto spazi che ə giovani, più di altrə attivistə, abitano e sanno abitare. Questi due vissuti interferiscono l'uno con l'altro nei termini in cui la rappresentazione generazionale del cambiamento climatico indirizza a una lettura e a un uso age-based dei social media che, a sua volta, promuove e rafforza tale rappresentazione in quanto maturata in spazi che, quasi per definizione, sono pensati dei/per ə giovani.

Nel militare per il clima, infatti, ə "Fridays" adottano una prospettiva intergenerazionale di lungo periodo a partire dalla quale organizzano attività di advocacy e di sensibilizzazione: da un lato, si rivolgono alle istituzioni e, più in generale, aə adultə (consideratə responsabili del cambiamento climatico e delle misure da adottare per mitigarne e contenerne gli effetti), rivendicando la loro volontà di avere voce in capitolo sulle decisioni politiche che, essendo prese oggi sulla base di criteri a loro parere miopi, compromettono la vivibilità del pianeta e dunque il loro futuro; dall'altro lato, guardano aə giovani e giovanissimə come pubblici privilegiati da coinvolgere in questa disputa in quanto direttamente interessatə dalla crisi climatica e dalle politiche pubbliche adottate per contrastarla. Tutto questo precipita nella negoziazione con le architetture e affordance di piattaforma. L'hashtag #RecoveryPlanet lanciato in occasione del global strike dell'autunno 2020 è esempio lampante di questi processi. Con un gioco di parole, esso propone una risposta alternativa alle politiche pubbliche in materia di transizione ecologica (il Recovery Fund, nello specifico), reindirizzandole verso la "guarigione del pianeta" (anziché verso la gestione finanziaria all'epoca in discussione). Questa risposta ri-

manda immediatamente al punto di osservazione delle giovani generazioni (che quel pianeta dovranno abitarlo) e ai loro spazi/strumenti di presa di parola (i social media e l'hashtagging). Viene così in evidenza la connotazione in chiave intergenerazionale di quel nesso cause/effetti/risposte intorno a cui si addensa il nucleo centrale di questa rappresentazione generazionale del climate change (Abric, 1984, 1996; Flament, 1989): le cause della crisi sono addebitate aə adultə, gli effetti sono pensati suə giovani, e le risposte da fornire sono ricondotte alle due coorti d'età (quelle miopi deə adultə versus quelle più lungimiranti deə giovani). Lo stesso campo rappresentazionale, articolato daə "Fridays" intorno agli assi della (in)formazione e della politica istituzionale versus studentesca, attinge al contenuto e all'atteggiamento (Le Bouedec, 1984; Contarello *et al.*, 2007) che matura nelle reti sociali online. Le piattaforme di backstage e frontstage sono canali privilegiati per la contro-(in)formazione (studi di fonti giornalistiche e scientifiche attendibili, didascalie nei post, scambi esplicativi sui gruppi MIM, etc.) e la mobilitazione (tweetstorm, video di convocazione, dirette a staffetta, etc.). In questi ambienti si costruisce il senso di appartenenza generazionale alla lotta per il clima nel senso che nelle pratiche mediali proprie di una generazione sociale (Mannheim, 1952) prende forma una vera e propria generazione politica (Whittier, 1997; Glasius e Pleyers, 2013) che, dentro e oltre i social media, matura un'esperienza comune del cambiamento climatico, distinta da quella deə adulti che, invece, la elaborano in altri luoghi e formati.

Ed è così che i social media diventano, a loro volta, terreno di disputa intergenerazionale: ə "Fridays" li vivono come "canali propri", come spazi privilegiati per dare voce alle rivendicazioni politiche e alle competenze digitali deə giovani. Sul piano socio-cognitivo e poi fattivo, li "occupano", non solo in quanto attivistə ma anche e soprattutto in quanto giovani, con un engagement continuo (e non episodico, come confermato anche da Zamponi *et al.*, 2022) che finisce per connotare anche l'attivismo digitale in chiave generazionale. Sono proprio ə giovani a smuovere quei "mondi" di cui sopra; e lo fanno proprio tramite/nei social media in quanto spazi in cui prendono parola sul proprio futuro con cognizione di causa (in-formandosi) ed efficacemente (raccogliendo adesioni massive). Ciò consente di riscattare l'agency politica giovanile, prendendo le distanze dalle considerazioni paternalistiche e riduzioniste deə adultə (Bennett, 2008; Vaccari *et al.*, 2015; Dennis, 2018; Kligler-Vilenchik e Literat, 2019). Facendo leva sulle proprie competenze di social media user per eccellenza, ə "Fridays" legittimano la propria lotta per il clima al cospetto di altre generazioni di attivistə. Inoltre, attraverso i loro usi giovanili dei social media, radicano la propria identità/specificità rispetto ad altri movimenti ecologisti/ambientalisti. La discussione rispetto al ricevimento deə zapatistə a Roma è stata emblematica di questa dinamica: curare la comunicazione dell'evento

sui social media è al contempo una operazione di "ringiovanimento" della battaglia zapatista agli occhi di chi non la conosce, e di "svecchiamento" dei linguaggi tra chi invece l'ha vissuta in prima linea.

L'appartenenza generazionale deə attivistə rispetto alla battaglia climatica è quindi direttamente connessa alle loro prassi comunicative, secondo una concezione generazionale della comunicazione (Fernández-Ardèvol *et al.*, 2020) che diversifica le piattaforme in base all'età deə utenti. I SNS assorbono l'età deə loro utenti e, così, anche il loro grado di maturazione e attenzione politica. Queste piattaforme di frontstage (e non anche quelle di backstage) si avvicendano e stratificano nel tempo, ciascuna con la propria generazione di riferimento e il proprio stile comunicativo.

Alcune piattaforme sono considerate "già giovani" e quindi giuste per il movimento (Instagram), altre "non più giovani" e quindi un po' stantie e da svecchiare (Facebook) e altre ancora "troppo giovani" e quindi acerbe, da far maturare (TikTok). Dentro questa mappa, ə "Fridays" si spostano strategicamente, in taluni casi adattandosi alle norme d'uso non scritte per affinità anagrafica e stilistica (come nel caso di Instagram), in altri casi sfidandole o per "svecchiare" le discussioni politiche online (come nel caso di Twitter) o per elevarne il tenore (come nel caso di TikTok). In questa dinamica sfidante, che rimanda ad una appropriazione generazionale non solo stilistica ma anche politica, ə attivistə finiscono per definire nuovi "idioms of practice" (Gershon, 2010), rinegoziando i termini d'uso sia con le piattaforme che con i loro pubblici (considerati come) tipici. E, così, l'hashtagging su Twitter si "ringiovanisce" attraverso tweetstorm giocose e divertenti e ritrova un inedito vigore politico, mentre il video-dancing su TikTok diventa uno strumento formativo che sfida la cultura dell'entertainment sterile e fine a se stesso. A ben vedere, questa segmentazione dei pubblici e stratificazione delle piattaforme per età è funzionale, per ə "Fridays", ad affinare l'azione politica online e rafforzare l'identità del movimento e le sue rivendicazioni.

Muoversi da un sito all'altro sapendo chi vi si incontra e come comunica serve a raggiungere pubblici diversi e, di lì, allargare la visibilità e la legittimazione dell'attivismo giovanile per il clima. Si tratta quindi di criteri age-based non solo di diversificazione mediale ma anche di strategia politica (Madianou e Miller, 2012).

2. Pratiche di lotta e di ricerca: "facciamo outreach"

Tutto quello che abbiamo discusso nel corso di questo libro ci consente di concludere con un breve bilancio critico sull'efficacia sia delle pratiche di lotta di FridaysForFuture-Roma, sia delle nostre pratiche di ricerca. In

questo, mutuiamo una prassi propria deə "Fridays", quella del "fare outreach" come dicono loro, riferendosi, con questa espressione, a forme di consultazione assembleare volte proprio a fare il punto su quanto realizzato fino a quel momento e di lì identificare punti di forza e debolezza.

In primo luogo, vogliamo valorizzare l'atteggiamento positivo che ə attivistə dimostrano nei confronti della produzione di conoscenza e della figura deə ricercatorə. D'altronde, le loro rappresentazioni sociali del cambiamento climatico sono versioni emancipate di quella egemonica ascritta alla comunità scientifica (Moscovici, 1988; Jaspal *et al.*, 2014); la in-formazione specialistica innerva il modo in cui si posizionano davanti alla crisi climatica e abitano i social media per combatterla. Si tratta di una relazione con il sapere che costitutivamente annoda l'attivismo per la giustizia climatica e sociale alla giustizia cognitiva; e questo indica un punto di forza inedito del movimento, che riscatta la propria legittimazione politica e marca la propria identità facendo leva proprio su questa relazione. Sebbene l'immagine deə "bravə ragazzə" rischi di infantilizzarlə e limiti la tensione emotiva e mediatica, essa accredita i loro contenuti e avvicina lotte altrimenti distanti.

Un secondo elemento di specificità risiede nella capacità del movimento di tenere insieme, al suo interno, biografie e traiettorie politiche molto diverse. L'inclusività deə "Fridays" dovuta alla visione sistemica, socio-ecologica del climate change è, in questo senso, un collante che consente di contenere il dissenso interno e di allargare le reti all'esterno senza arenarsi in scontri ideologici, e anzi tenendo insieme prassi politiche diverse. Tuttavia, questo modo di tenere insieme le differenze implica una sorta di "distacco" perché, a nostro parere, finisce per assottigliare quel senso di compagnerismo che generalmente caratterizza i movimenti. Avanziamo l'ipotesi che questa differenza nel modo di fare militanza sia, in parte, anche riconducibile alla genesi stessa del movimento internazionale, nato in un contesto nordeuropeo, secondo concezioni e forme di attivismo inevitabilmente diverse da quelle italiane in generale, e romane in particolare. In questo senso, ricerche future di carattere comparativo potrebbero dare conto di quali sono i caratteri transnazionali del movimento che resistono alle differenze di contesto e quali invece restano "nostrani". In questa sede ci interessa intanto problematizzare questa caratteristica: sebbene abbia il vantaggio di consolidare l'adesione alla causa, evitare frammentazioni interne e schivare conflitti preesistenti tra realtà attive su Roma, in qualche modo spersonalizza il "*we-sense*" del movimento e rende più laschi e fluttuanti i rapporti interni. Non a caso, tante persone che abbiamo conosciuto all'inizio della ricerca oggi non partecipano più con quella stessa costanza che avevano al tempo. Arrivano, sì, persone nuove continuamente, il che è positivo perché significa che le attività di semina e raccolta della partecipazione funzionano; tuttavia, in questo turn-over con-

tinuo, spesso accade che si perda continuità nel lavoro politico o che questa debba essere assicurata dalle poche persone "storiche" che, restando, finiscono per prendersi in carico molti degli impegni del gruppo.

Un terzo elemento che distingue ə "Fridays" da altri movimenti, a nostro parere in positivo, è la prontezza con cui il ragionamento politico viene tradotto in azione: vi è una immediatezza fra individuazione della problematica e attivismo scaturente da essa che è spesso merce rara in altre esperienze di lotta. Ogni volta in cui c'è un tema politico in agenda di discussione, vi si fa subito spazio anche nell'agenda settimanale o annuale delle proteste. Il caso per noi più eclatante di questo tipo di operatività è avvenuto a seguito dell'incontro di restituzione che abbiamo organizzato (15/12/2021). Dopo la presentazione dei nostri risultati di ricerca, ə "Fridays" hanno riconosciuto di aver lavorato tanto e bene con ə giovani ma anche di non aver curato adeguatamente il coinvolgimento deə adultə. Non frequentando i loro ambienti (da Facebook ai luoghi di lavoro) e dunque non conoscendo il loro mondo e le loro prassi politiche e comunicative, non sono riuscitə a intercettare quel segmento di popolazione che invece è alleato imprescindibile nella lotta contro la crisi climatica, per evitare che la transizione ecologica diventi la scusa per precarizzare ulteriormente il mondo del lavoro e, dunque, nemica deə lavoratorə. Questo ragionamento, che già fermentava nelle fila del movimento e ha trovato vigore nella discussione di restituzione, si è immediatamente tradotto in azione in occasione del global strike successivo (25/03/2022), quando è stato lanciato un appello per un "lavoro ecologico" che disattivi l'opposizione binaria lavoro versus ambiente/salute e che, anzi, punti alla riconversione delle imprese includendo la compagine deə lavoratorə nel processo. Si tratta di una proposta maturata all'interno di un accurato lavoro di networking che ə "Fridays" hanno portato avanti con il Collettivo di Fabbrica della GKN di Firenze (nato a seguito della chiusura anticipata della multinazionale metalmeccanica britannica). L'obiettivo è stato, fin da subito, mettere in rete la lotta contro licenziamenti e delocalizzazioni con quella per la giustizia climatica, per scardinare lo sfruttamento sia deə lavoratorə che delle risorse naturali.

Queste considerazioni ci portano inevitabilmente a riflettere sul nostro lavoro. Nel complesso, siamo riuscite a rendere utili le nostre analisi per il gruppo, trovando un buon equilibrio tra il nostro ruolo di ricercatrici e di attiviste. Il protocollo etico che abbiamo implementato è servito a ricordare ciclicamente il nostro impegno cognitivo, mentre la nostra implicazione fattiva nelle attività di FridaysForFuture-Roma ha dimostrato il nostro interesse politico e impegno militante. Tutto questo, va detto, è stato possibile soprattutto grazie al genuino interesse deə "Fridays" nei confronti della nostra ricerca e, dunque, a quell'atteggiamento positivo che hanno nei confronti del

sapere specialistico. In più di un'occasione ə attivistə ci hanno aiutato a svolgere le attività di ricerca (ad esempio, in fase di organizzazione dei focus group e dell'evento di restituzione), si sono interessatə delle nostre attività accademiche di dissemination e hanno condiviso con noi materiali e feedback utili alla stesura di questo libro. Insieme siamo riuscitə a capitalizzare l'incontro di restituzione: noi, raccogliendo insight utili ad affinare l'analisi dei dati e i protocolli di ricerca; loro, osservandosi con occhi esterni e riflettendo sulle proprie pratiche di lotta (digitalmente mediate e non). Si è trattato, a ben vedere, di un gioco di sguardi che un attivista, in occasione della restituzione, ha definito "humbling" perché, appunto, rende più umili: nella sua esperienza, è il cambiamento climatico ad attrarre generalmente progetti di ricerca scientifica verso FridaysForFuture, non anche le persone e le strategie che contribuiscono a rendere il movimento quello che è. La nostra ricerca, quindi, posizionata all'intersezione tra studi sociopolitici, socio-comunicativi e socio-cognitivi, ha dato protagonismo alla lotta per il clima e non solo visibilità alla crisi climatica.

Tuttavia, va riconosciuto che avremmo potuto e dovuto fare di più, sia in termini di engagement politico (ad esempio, partecipando con maggiore costanza alle assemblee e proteste successive al fieldwork o implicandoci più fattivamente nelle attività comunicative del gruppo) che di restituzione scientifica (ad esempio, prevedendo in itinere dei momenti di confronto empiricamente fondato). In queste mancanze riconosciamo la storica, insormontabile tensione tra l'osservare e il partecipare, fra l'essere ricercatrice e l'essere attivista; due identità che a fatica coesistono e che abbiamo provato a conciliare al meglio delle nostre capacità. Ci auguriamo che questo libro possa essere uno spazio di enunciazione addizionale per ə "Fridays", affinché possano ottenere attenzione adeguata da parte delle istituzioni (ivi compresa l'università) rispetto alla vertenza per cui lottano, nonché uno strumento utile ad affinare le loro strategie tecnopolitiche (e di lì far crescere ulteriormente il movimento).

D'altro canto, speriamo anche che la nostra esperienza di ricerca contribuisca a ripensare il ruolo civico dell'università e della produzione di conoscenza scientifica, fornendo suggerimenti utili a chi, come noi, vuol mettere il sapere al servizio della giustizia climatica e sociale.

Riferimenti bibliografici

Abric J.C. (1996), “Specific processes of social representations”, *Papers on social representations*, 5: 77-80.

Abric J.C. (1984), “A theoretical and experimental approach to the study of social representations in a situation of interaction”. *Social representations*, 169-183.

Anderson A. (2017), *Media, environment and the network society*. New York, Palgrave Macmillan.

Anguera M.T., Portell M., Chacón-Moscoso S., Sanduvete-Chaves S. (2018), “Indirect observation in everyday contexts: concepts and methodological guidelines within a mixed methods framework”, *Frontiers in psychology*, 9, 13. Armano E., Pittavino G. L., Sciortino R. (2013). “Occupy in Valsusa: the No TAV movement”, *Capitalism Nature Socialism*, 24, 2: 14-26.

Atkinson P. (1992), *Understanding Ethnographic Texts*, London, Sage.

Bakardjieva M. (2020), “Practicing Media—Mediating Practice| New Paradigm or Sensitizing Concept: Finding the Proper Place of Practice Theory in Media Studies”, *International Journal of Communication*, 14, 18.

Bakardjieva M. (2015), “‘Do clouds have politics? Collective actors in social media land’”, *Information, Communication and Society*, 18, 8: 983–990.

Baquiano M. J., Mendez A. J. P. (2016), “Social representations of climate change: a cross-cultural investigation”, *American International Journal of Contemporary Research*, 6, 1: 1-9.

Barnes S.B. (2008), Understanding social media from the media ecological perspective, in Konijn E.A., Utz S., Tanis M., Barnes S.B., eds., *Mediated Interpersonal Communication*, New York, Routledge.

Batel S., Castro P., Devine‐Wright P., Howarth C. (2016), “Developing a critical agenda to understand pro‐environmental actions: contributions from Social Representations and Social Practices Theories”, *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 7, 5: 727-745.

Bauer M. W., Gaskell G. (1999), “Towards a paradigm for research on social representations”, *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 29: 2, 163-186.

Belotti F., Donato S., Bussoletti A., Comunello F. (2022), “Youth Activism for Climate on and Beyond Social media: Insights from FridaysForFuture-Rome”, *The International Journal of Press/Politics*, 27, 3: 718-737.

Belotti F. (2015), “Political participation and commons: the case study of the ‘Water Common Good’ referendum”, *International Journal of Sociology and Social Policy*, 35, 9/10): 649-666.
Bennett W.L. (2012), “The personalization of politics: Political identity, social media, and changing patterns of participation”, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 644, 1: 20-39.
Bennett W.L. (2008), *Changing citizenship in the digital age. Civic life online: Learning how digital media can engage youth*, Cambridge, MA, MIT Press.
Bennett W.L., Segerberg A. (2013), “The Logic of Connective Action”, *Information, Communication & Society*, 15, 5: 739-768.
Berger P.L., Luckmann T., Innocenti M.S. (1969), *La realtà come costruzione sociale*, Bologna, il Mulino.
Bergman M.M. (2007). “Multimethod research and mixed methods research: old wine in new bottles?”, *Journal of Mixed Methods Research*, 1, 1: 101-104.
Bertuzzi N. (2019), “Political Generations and the Italian Environmental Movement(s): Innovative Youth Activism and the Permanence of Collective Actors”, *American Behavioral Scientist*, 63, 11: 1556-1577.
Bonatti M., Sieber S., Schlindwein S.L., Lana M.A., de Vasconcelos A.C., Gentile E., ..., Malheiros T.F. (2016), “Climate vulnerability and contrasting climate perceptions as an element for the development of community adaptation strategies: Case studies in Southern Brazil”, *Land Use Policy*, 58: 114-122.
Boulianne S., Ohme J. (2021), “Pathways to environmental activism in four countries: social media, environmental concern, and political efficacy”, *Journal of Youth Studies*, 1: 1-22.
Boulianne S., Lalancette M., Ilkiw D. (2020). “‘School Strike 4 Climate’: Social media and the international youth protest movement on climate change”, *Media and Communication*, 8, 2: 208-218.
Boyatzis R.E. (1998), *Thematic analysis and code development: transforming qualitative information*, Thousand Oaks, CA, SagePublications.
Boyd D. (2011), *Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics and implications*, in Papacharissi Z., ed., *A networked self: Identity, community and culture on social network sites*, Routledge, New York.
Boyer E.L. (1996), “The scholarship of engagement”, *Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences*, 49, 7: 18-33.
Braun V., Clarke V. (2006), “Using thematic analysis in psychology”, *Qualitative research in psychology*, 3, 2: 77-101.
Brünker F., Deitelhoff F., Mirbabaie M. (2019), “Collective Identity Formation on Instagram--Investigating the Social Movement Fridays for Future”, Australasian Conference on *Information Systems*. Esplanade Hotel Fremantle, Perth, Australia, 09-11 December, Curtin University.
Buijs A., Hovardas T., Figari H., Castro P., Devine-Wright P., Fischer A., ... & Selge S. (2012). “Understanding people’s ideas on natural resource management: research on social representations of nature”, *Society & Natural Resources*, 25, 11: 1167-1181.
Busher H., Fox A. (2019), *Implementing Ethics in Educational Ethnography: Regulation and Practice*, Routledge, New York.

Cabecinhas R., Lázaro A., Carvalho A. (2008), *Media uses and social representations of climate change*, in Carvalho A., ed., (2008), *Communicating Climate Change: Discourses, Mediations and Perceptions*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.
Cammaerts B. (2012), "Protest logics and the mediation opportunity structure", *European Journal of Communication*, 27, 2: 117-134.
Castells M. (2009), *Communication Power*, New York, Oxford University Press.
Castro P., Batel S. (2008), "Social representation, change and resistance: On the difficulties of generalizing new norms", *Culture & Psychology*, 14, 4: 475-497.
Castro P. (2014), *Social representations of sustainability: Researching time, institution, conflict and communication*, in Sammut G.E., Andreouli E.E., Gaskell G.E., Valsiner J.E., eds., *The Cambridge Handbook of Social Representations*. Cambridge, Cambridge University Press.
Chadwick A. (2013), *The hybrid media system*, Oxford, New York, Oxford University Press.
Chiatti A., Yang X., Brinberg M., Cho M.J., Gagneja A., Ram N., Reeves B., Giles C.L. (2018), "Text extraction from smartphone screenshots to archive in situ media behavior". Proceedings of the Ninth International Conference on *Knowledge Capture*, Austin, ACM.
Cohen C., Kahne J., Bowyer B., Middaugh E., Rogowski J. (2012), *Participatory politics: New media and youth political action*. YPPSP. Available at: http://ypp.dmlcentral. net/publications/107.
Comunello F., Mulargia S., Parisi L. (2016), "The 'proper' way to spread ideas through social media: exploring the affordances and constraints of different social media platforms as perceived by Italian activists", *The Sociological Review*, 64, 3: 515-532.
Comunello F., Rosales A., Mulargia S., Ieracitano F., Belotti F., Fernández-Ardèvol M. (2020), "'Youngsplaining' and moralistic judgements: Exploring ageism through the lens of digital 'media ideologies'", *Ageing and Society*, 1-24.
Contarello A., Fortunati L., Sarrica M. (2007), "Social thinking and the mobile phone: A study of social change with the diffusion of mobile phones, using a social representations framework", *Continuum*, 21, 2: 149-163.
Couldry N. (2004), "Theorising Media as Practise", *Social Semiotics*, 14, 2: 115-132.
Dahlgren P. (2009), *Media and political engagement*, Cambridge, Cambridge University Press.
Daniels N., Gillen P., Casson K., Wilson I. (2019), "STEER: Factors to Consider When Designing Online Focus Groups Using Audiovisual Technology in Health Research", *International Journal of Qualitative Methods*. https://doi.org/10.1177/1609406919885786.
de Moor J., De Vydt M., Uba K., Wahlström M. (2021), "New kids on the block: Taking stock of the recent cycle of climate activism", *Social Movement Studies*, 20, 5: 619-625.
della Porta D., Piazza G. (2016), "Il cambiamento di scala del Movimento No MUOS: oltre la protesta contro l'inquinamento elettromagnetico", *StrumentiRes. Rivista online della Fondazione RES*, 2, 7: 1-28.

Dennis J. (2018), *Beyond Slacktivism: Political Participation on Social Media*, London, Palgrave Macmillan.
Dicks B., Soyinka B., Coffey A. (2006), "Multimodal ethnography", *Qualitative research*, 6(1): 77-96.
Duveen G. (2001), *Introduction: The Power of Ideas*, in Moscovici S., ed., *Social Representations. Explorations in Social Psychology*, New York, New York University Press.
Earl J., Maher T.V., Elliott T. (2017), "Youth, activism, and social movements", *Sociology Compass*, 11, 4: e12465.
Einarsdóttir J. (2007), "Research with children: methodological and ethical challenges", *European Early Childhood Education Research Journal*, 15, 2: 197-211.
Emerson R.M., Fretz R.I., Shaw L.L. (1995), *Writing Ethnographic Fieldnotes*, Chicago, University of Chicago Press.
Emerson R.M., Seale C., Gobo G., Gubrium J.F., Silverman D. (2007), *Working with 'key incidents'*, in Emerson R.M., Seale C., Gobo G., Gubrium J.F., Silverman D., eds., *Qualitative research practice: Concise paperback edition*, London, Sage.
Evensen D. (2019), "The rhetorical limitations of the #FridaysForFuture movement", *Nature Climate Change*, 9, 6: 428-430.
Fargas-Malet M., Montserrat D., McSherry L.E., Robinson C. (2010), "Research with children: methodological issues and innovative techniques", *Journal of Early Childhood Research*, 8, 2: 191-203.
Fernández-Ardèvol M., Belotti F., Ieracitano F., Mulargia S., Rosales A., Comunello F. (2020), "I do it my way': idioms of practice and digital media ideologies of teenagers and old individuals", *New Media & Society*, 24, 1: 31-49.
Fischer A., Peters V., Neebe M., Vávra J., Kriel A., Lapka M., Megyesi B. (2012), "Climate change? No, wise resource use is the issue: social representations of energy, climate change and the future", *Environmental Policy and Governance*, 22, 3: 161-176.
Fisher S.R. (2016), "Life trajectories of youth committing to climate activism", *Environmental Education Research*, 22, 2: 229-47.
Flament C. (1989), "Structure et dynamique des représentations sociales", *Les représentations sociales*, 204-219.
Fox F.E., Morris M., Rumsey N. (2007), "Doing Synchronous Online Focus Groups with Young People: Methodological Reflections", *Qualitative Health Research*, 17, 4: 539-547.
García Vinuesa A., Meira Cartea P.Á. (2019), "Caracterización de la investigación educativa sobre el cambio climático y los estudiantes de educación secundaria", *Revista mexicana de investigación educativa*, 24, 81: 507-535.
Gardner B.G., Neuber M. (2020), *Climate Justice in a Populist Era: Grievance Politicization Among Fridays for Future Protesters in Germany*, in Schäfer A., Meiering D., eds., *(Ent-) Politisierung?: Die demokratische Gesellschaft im 21. Jahrhundert*, Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
Gerbaudo P., Treré E. (2015), "In search of the 'we' of social media activism: Introduction to the special issue on social media and protest identities", *Information, Communication & Society*, 18, 8: 865-871.

Gerlach A. (2018), “Thinking and researching relationally: Enacting decolonizing methodologies with an indigenous early childhood program in Canada”, *International Journal of Qualitative Methods*, 17, 1: 1-8.
Gershon I. (2010), *The breakup 2.0. Disconnecting over new media*, Ithaca, NY, Cornell University Press.
Gil de Zúñiga H., Ardèvol-Abreu A., Casero-Ripollés A. (2021), “WhatsApp political discussion, conventional participation and activism: exploring direct, indirect and generational effects”, *Information, Communication & Society*, 24, 2: 201-218.
Gillespie A. (2008), “Social representations, alternative representations and semantic barriers”, *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 38, 4: 375-391.
Glasius M., Pleyers G. (2013), “The global moment of 2011: Democracy, social justice and dignity”, *Development and Change*, 44, 3: 547-567.
Gramsci A. (1975), *Quaderni del carcere*, Edizione critica dell’Istituto Gramsci, a cura di V. Gerratana, Einaudi.
Gravante T. (2016), *Cuando la gente toma la palabra: medios digitales y cambio social en la insurgencia de Oaxaca*, Ediciones Ciespal, Quito.
Guest G., MacQueen K., Namey E. (2011), *Applied Thematic Analysis*, London, Sage.
Haines J.K. (2017), “Towards Multi‐Dimensional Ethnography”, *Ethnographic Praxis in Industry*, Conference Proceedings, 1: 127-141.
Hansen K., Hansen R.S. (2006), “Using an asynchronous discussion board for online focus groups: A protocol and lessons learned”, *College Teaching and Learning Conference*, Florida, Orlando.
Hao X., Wen N., George C. (2014), “News consumption and political and civic engagement among young people”, *Journal of Youth Studies*, 17, 9: 1-18.
Hesse-Biber S.N., Johnson R.B., eds., (2015), *The Oxford handbook of multimethod and mixed methods research inquiry*, Oxford, Oxford University Press.
Höijer B. (2011), “Emotional anchoring and objectification in the media reporting on climate change”, *Public Understanding of Science*, 19, 6: 717-731.
Hopke J.E., Hestres L.E. (2018), “Visualizing the Paris climate talks on Twitter: Media and climate stakeholder visual social media during COP21”, *Social Media + Society*, 4, 3: 1-15.
Howarth C. (2006), “How social representations of attitudes have informed attitude theories: the consensual and the reified”, *Theory & Psychology*, 16, 5: 691-714. ISTAT, (2020), *Rapporto Bes 2020: il benessere equo e sostenibile in Italia*. Disponibile su: https://www.istat.it/it/archivio/254761.
Ito M., Horst H.A., Bittanti M., Herr Stephenson B., Lange P.G., Pascoe C.J., Robinson L. (2009), *Living and learning with new media: Summary of findings from the digital youth project*, Cambridge, The MIT Press.
Jaspal R., Breakwell G.M. (2014), *Identity process theory: Identity, social action and social change*, Cambridge, Cambridge University Press.
Jaspal R., Nerlich B., Cinnirella M. (2014), “Human responses to climate change: Social representation, identity and socio-psychological action”, *Environmental Communication*, 8, 1: 110-130.

Jaynes V. (2019), “The social life of screenshots: the power of visibility in teen friendship groups”, *New Media & Society*, 22, 8: 1378-1393.
Jenkins H., Ito M., boyd d. (2015), *Participatory culture in a networked era: A conversation on youth, learning, commerce, and politics,* New Jersey, John Wiley & Sons.
Jenkins H., Shresthova S., Gamber-Thompson L., Kligler-Vilenchik N., Zimmerman A. (2016), *By Any Media Necessary: The New Youth Activism*, New York, New York University Press.
Kahan D.M., Peters E., Wittlin M., Slovic P., Ouellette L.L., Braman D., Mandel G. (2012), “The polarizing impact of science literacy and numeracy on perceived climate change risks”, *Nature Climate Change*, 2, 10: 732-735.
Kahne J., Hodgin E., Eidman-Aadahl E. (2016), “Redesigning civic education for the digital age: Participatory politics and the pursuit of democratic engagement”, *Theory & Research in Social Education*, 44, 1: 1-35.
Kahne J., Lee N-J., Feezell J.T. (2011), “The civic and political significance of online participatory cultures and youth transitioning to adulthood”, *Journal of Information Technology and Politics*, 10: 1-20.
Kaufmann K., Peil C. (2020), “The mobile instant messaging interview (MIMI): Using WhatsApp to enhance self-reporting and explore media usage in situ”, *Mobile Media & Communication*, 8, 2: 229-246.
Kavada A. (2015), “Creating the collective: Social media, the Occupy Movement and its constitution as a collective actor. Information”, *Communication & Society*, 18, 8: 872-886.
Kite J., Phongsavan P. (2017), “Insights for conducting real-time focus groups online using a web conferencing service”, *F1000 Research*, 6.
Kligler-Vilenchik N., Literat I. (2019), *Formative events, networked spaces, and the political socialization of youth,* in Papacharissi Z., ed., *The Networked Self: Birth, Life, Death*, New York, Routledge.
Knoblauch H. (2019), *The communicative construction of reality*, New York, Routledge.
Kovach M. (2009), “Conversation method in Indigenous research”, *First peoples child & family review,* 5, 1: 40-48.
Krusz E., Davey T., Wigginton B., Hall N. (2020), “What contributions, if any, can non-indigenous researchers offer toward decolonizing health research?”, *Qualitative Health Research*, 30, 2: 205-216.
Le Bouedec G. (1984), “Contribution à la méthodologie d’étude des représentations sociales”, *Cahiers de Psychologie Cognitive/Current Psychology of Cognition*, 4, 3: 245-272.
Liamputtong P. (2011), *Focus Group Methodology: Principles and Practice,* London, Sage.
Lijadi A.A., Van Schalkwyk G.J. (2015), “Online Facebook focus group research of hard-to-reach participants”, *International Journal of Qualitative Methods*, 14, 5: 1609406915621383.
Liou A., Literat I. (2020). “‘We Need You to Listen to Us’: Youth Activist Perspectives on Intergenerational Dynamics and Adult Solidarity in Youth Movements”, *International Journal of Communication*, 14, 21.

Literat I., Kligler-Vilenchik N. (2019), “Youth collective political expression on social media: The role of affordances and memetic dimensions for voicing political views”, *New Media & Society*, 21, 9: 1988-2009.
Lyons A. (2020), “Negotiating the expertise paradox in new mothers’ WhatsApp group interactions”, *Discourse, Context & Media*, 37, 100427.
Madden R. (2010), *Being ethnographic: A guide to the theory and practice of ethnography*, London, Sage.
Madianou M., Miller D. (2012), “Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication”, *International journal of cultural studies*, 16, 2: 169-187.
Maher T.V., Jennifer E. (2017), “Pathways to Contemporary Youth Protest: The Continuing Relevance of Family, Friends, and School for Youth Micromobilization”, *Studies in Media and Communications*, 14: 55-87.
Mahlomaholo M.G., Netshandama V. (2010), *Sustainable Empowering Environments: Conversation with Gramsci’s Organic Intellectual*, in Basov N., G.F. Simet J. van Andel M.G. Mahlomaholo & V. Netshandama, eds., *Critical Issues: Imagining Research in Multidimensional Perspective*, Oxford, Brill.
Maier B.M. (2019). *‘No Planet B’: An analysis of the collective action framing of the social movement Fridays for Future*, Master’s Thesis, Jönköping University.
Mambet Doue C., Carrascal O.N., Restrepo D., Krien N., Rommel D., Lemee C., ..., Fleury-Bahi G. (2020), “The social representations of climate change: comparison of two territories exposed to the coastal flooding risk”, *International Journal of climate change strategies and management*, 12, 3: 389-406.
Mannheim K. (1952), *The problem of generation, in: Essays on the Sociology of Knowledge*, London. First edition 1927.
Marková I. (2003), *Dialogicality and social representations: The dynamics of mind*, Cambridge, Cambridge University Press.
Mattei U. (2013), “Protecting the commons: Water, culture, and nature: The commons movement in the Italian struggle against neoliberal governance”, *South Atlantic Quarterly*, 112, 2: 366-376.
Matthews K.L., Baird M., Duchesne G. (2018), “Using online meeting software to facilitate geographically dispersed focus groups for health workforce research”, *Qualitative Health Research*, 28: 1621-1628.
Mattoni A. (2017), “A situated understanding of digital technologies in social movements. Media ecology and media practice approaches”, *Social Movement Studies*, 16, 4: 494-505.
Mattoni A. (2020). “Practicing Media—Mediating Practice | A Media-in-Practices Approach to Investigate the Nexus Between Digital Media and Activists’ Daily Political Engagement”, *International Journal of Communication*, 14, 18: 2828-2845.
Maxwell J.A. (2008), *Designing a qualitative study*, in Bickman L., Rog D.J., eds., *The SAGE handbook of applied social research methods*, London, Sage.
McAteer M., Wood L. (2018), “Decolonising knowledge: Enacting the civic role of the university in a community-based project”, *South African Journal of Education*, 38, 4.

McVeigh-Schultz J., Baym N.K. (2015), "Thinking of you: Vernacular affordance in the context of the microsocial relationship app, Couple", *Social Media + Society*, 1, 2: https://doi.org/10.1177/2056305115604649.
Melucci A. (1989), *Nomads of the Present: Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*, Philadelphia, Temple University Press.
Melucci A. (1995), "The process of collective identity", *Social Movements and Culture*, 4: 41-63.
Mertens D.M. (2007), "Transformative Paradigm: Mixed Methods and Social Justice", *Journal of Mixed Methods Research*, 1, 3: 212-25.
Milan S., Barbosa S. (2020), "Enter the WhatsApper: Reinventing digital activism at the time of chat apps", *First Monday*, 25, 1; doi:10.5210/fm.v25i12.10414.
Miles M.B., Huberman A.M. (1994), *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*, London, Sage.
Moloney G., Leviston Z., Lynam T., Price J., Stone-Jovicich S., Blair D. (2014), "Using social representations theory to make sense of climate change: what scientists and nonscientists in Australia think", *Ecology and Society*, 19, 3: 19.
Morera J.A.C., Padilha, M.I., Silva D.G.V.D., Sapag J. (2015), "Theoretical and methodological aspects of social representations", *Texto & Contexto-Enfermagem*, 24: 1157-1165.
Morse J.M. (2017), *Essentials of qualitatively-driven mixed-method designs*, New York, Routledge.
Morse J.M., ed. (1994), *Critical issues in qualitative research methods*, Thousand Oaks, Sage.
Morse J.M. (2003). *Principles of mixed and multi-method method research design*, in Tashakkori A., Teddlie C., eds., *Handbook of mixed method*, Thousand Oaks, Sage.
Moscovici S. (1981), "On social representations", *Social cognition: Perspectives on everyday understanding*, 8, 12: 181-209.
Moscovici S. (1984), *The phenomenon of social representations*, in Farr R., Moscovici S., eds., *Social representations*, Cambridge, Cambridge University Press.
Moscovici S. (1988), "Notes towards a description of social representations", *European Journal of Social Psychology*, 18: 211-250.
Moscovici S. (2000), *Social Representations: Explorations in Social Psychology*, Cambridge, Polity Press.
Moscovici S., Hewstone M. (1983), "Social representations and social explanations: From the 'naive' to the 'amateur' scientist", *Attribution theory: Social and functional extensions*, 98-125.
Murthy D. (2008), "Digital ethnography: An examination of the use of new technologies for social research", *Sociology*, 42, 5: 837-855.
Nagy P., Neff G. (2015). "Imagined affordance: Reconstructing a keyword for communication theory", *Social Media + Society*, 1, 2: 1-9.
Nairn K., Showden C.R., Sligo J., Matthews K.R., Kidman J. (2020), "Consent requires a relationship: rethinking group consent and its timing in ethnographic research", *International Journal of Social Research Methodology*, 23, 6: 719-731.
Nicolini D. (2012), *Practice theory, work, and organization: An introduction*, Oxford, OUP.

Norman D. (2013), *The design of everyday things: Revised and expanded edition*, New York, Basic Books.

O'Brien K., Selboe E., Hayward B.M. (2018), "Exploring youth activism on climate change", Ecology and Society, 23, 3, Disponibile su: https://www.ecologyandsociety.org/vol23/iss3/art42/

Peirce C.S. (1935), *Collected papers. scientific metaphysics*, ed. by Hartshorne C. and Weiss P., Harvard, Harvard University Press, vol. VI.

Quenza C.J.P. (2005), "On the Structural Approach to Social Representations", *Theory & Psychology*, 15, 1: 77-100.

Reeves B., Ram N., Robinson T.N., Cummings J.J., Giles C.L., Pan J., [...] Yeykelis L. (2021). "Screenomics: A Framework to Capture and Analyze Personal Life Experiences and the Ways that Technology Shapes Them", *Human–Computer Interaction*, 36, 2: 150-201.

Reyes-Carrasco P.M., Barrón A., Heras Hernández. F. (2020), *Education for Sustainable Development and Climate Change: Pedagogical study of the social movement Fridays for Future Salamanca*, in Eighth International Conference on *Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality* (TEEM'20), Association for Computing Machinery, New York, USA.

Rivas-de-Roca R. (2020), "La configuración del fenómeno ecologista# FridaysForFuture como proceso de opinión pública digital en España", *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 6: 79-100.

Russell A. (2018), *Climate justice, hacktivist sensibilities, prototypes of change*, in Meikle G., ed., *The Routledge Companion to Media and Activism*, New York, Routledge.

Schatzki T.R. (1997), "Practices and actions a Wittgensteinian critique of Bourdieu and Giddens", *Philosophy of the social sciences*, 27, 3: 283-308.

Schinko T. (2020), "Overcoming political climate-change apathy in the era of #FridaysForFuture", *One Earth*, 2, 1: 20-23.

Segerberg A., Bennett W.L. (2011), "Social Media and the Organization of Collective Action: Using Twitter to Explore the Ecologies of Two Climate Change Protests", *The Communication Review*, 14, 3: 197-215.

Shapiro M.A., Park H.W. (2018), "Climate change and YouTube: deliberation potential in post-video discussions", *Environmental Communication*, 12, 1: 115-131.

Shove E., Pantzar M., Watson M. (2012), *The dynamics of social practice: Everyday life and how it changes*, London, Sage.

Smith N., Joffe H. (2013), "How the public engages with global warming: A social representations approach", *Public Understanding of Science*, 22, 1: 16-32.

Smith E.K., Bognar J. (2019), *A Window for Climate Action*. Disponibile su: https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-65376-7.

Smith J.K. (1983), "Quantitative versus qualitative research: An attempt to clarify the issue", *Educational Researcher*, 12, 3: 6-13.

Stewart D.W., Shamdasani P. (2017), "Online focus groups", *Journal of Advertising*, 46, 1: 48-60.

Stewart D.W., Shamdasani P.N. (2014), *Focus groups: Theory and practice*, Sage, Thousands Oak.

Toret J., ed. (2015), *Tecnopolítica y 15M: La potencia de las multitudes conectadas*, Barcelona, Editorial UOC.

Touraine A. (1975), *La produzione della società*, Bologna, il Mulino.

Touraine A. (2005), *Un nouveau paradigme. Pour comprendre le monde d'aujourd'hui*, Parigi, Fayard.

Treré E., Barranquero A. (2018), *Tracing the roots of technopolitics: towards a North-South dialogue*, in Caballero F.S., Gravante T., eds., *Networks, Movements and Technopolitics in Latin America. Critical Analysis and Current Challenges*, London, Palgrave.

Treré E. (2019), *Hybrid media activism: Ecologies, imaginaries, algorithms*, New York, Routledge.

Trimonytė N. (2020), *New public diplomacy in the digital age: the case of "Fridays for Future"*. Master's Thesis, Kautas, Vytautas Magnus University.

Tuhiwai-Smith L. (2016), *A descolonizar las metodologías: investigación y pueblos indígenas*, Santiago de Chile, Lom.

Vaccari C., Valeriani A., Barberà P., Bonneau R., Jost J.T., Nagler J., Tucker J.A. (2015), "Political expression and action on social media: Exploring the relationship between lower-and higher[1]threshold political activities among Twitter users in Italy", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20, 2: 221–239.

Valenzuela S., Bachmann I., Bargsted M. (2019), "The personal is the political? What do Whatsapp users share and how it matters for news knowledge, polarization and participation in Chile", *Digital Journalism*, 1-21.

Valeriani A., Vaccari C. (2018), "Political talk on mobile instant messaging services: A comparative analysis of Germany, Italy, and the UK", *Information, Communication & Society*, 21, 11: 1715-1731.

Vavilov E.M. (2019), *Lessons about activism from a Swedish high school student: A rhetorical analysis of Greta Thunberg's public speeches on climate change*, Master's Thesis, Jönköping , Jönköping University.

Verheijen L., Stoop W. (2016), *Collecting Facebook posts and Whatsapp chats*, in Sojka P., Horák A., Kopeček I., Pala K., eds., *International Conference on Text, Speech, and Dialogue*, Springer, Cham.

Vermeer S., Trilling D., Kruikemeier S., de Vreese C. (2020), "Online news user journeys: the role of social media, news websites, and topics", *Digital Journalism*, 8, 9: 1114-1141.

Vivienne S. (2016). *Digital Identity and Everyday Activism: Sharing Private Stories with Networked Publics*, London, Palgrave.

von Zabern L., Tulloch C.D. (2020). "Rebel with a cause: the framing of climate change and intergenerational justice in the German press treatment of the Fridays for Future protests", *Media, Culture & Society*, 43, 1: 23-47.

Vu H.T., Do H.V., Seo H., Liu Y. (2020), "Who leads the conversation on climate change?: A study of a global network of NGOs on twitter", *Environmental Communication*, 14, 4: 450-464.

Wagner W. (2007)", Vernacular science knowledge: its role in everyday life communication", *Public Understanding of Science*, 16, 1: 7-22.

Wagner W., Elejabarrieta F., Lahnsteiner I. (1995), "How the sperm dominates the

ovum—Objectification by metaphor in the social representation of conception”, *European Journal of Social Psychology*, 25: 671-688.
Wagner W., Duveen G., Farr R., Jovchelovitch S., Lorenzi−Cioldi F., Marková I., Rose D. (1999), “Theory and method of social representations”, *Asian Journal of Social Psychology*, 2, 1: 95-125.
Wagner W. (1996), “The social representation paradigm”, *The Japanese journal of experimental social psychology*, 35, 3: 247-55.
Wagner W., Hayes N. (2005), *Everybody Discourse and Common-Sense. The Theory of Social Representations*, Basingstoke, Palgrave-Macmillan.
Wahlström M., Kocyba P., de Vydt M., De Moor J. (2019), *Protest for a future: Composition, mobilization and motives of the participants in Fridays For Future climate protests on 15 March, 2019 in 13 European cities*, in Wahlström M., Kocyba P., de Vydt M., De Moor J., eds., *Protest for a future: Composition, mobilization and motives of the participants in Fridays For Future climate protests on 15 March, 2019 in 13 European cities*. Disponibile su: https://tinyurl.com/vvyv7c5.
Walmsley C. (2004), “Social representations and the study of professional practice”, *International Journal of Qualitative Methods*, 3, 4: 40-55.
Wang Z., Ye X. (2018), “Social media analytics for natural disaster management”, *International Journal of Geographical Information Science*, 32, 1: 49-72.
Whittier N. (1997), “Political generations, micro-cohorts, and the transformation of social movements”, *American Sociological Review*, 62, 5: 760-778.
Wibeck V. (2014), “Social representations of climate change in Swedish lay focus groups: Local or distant, gradual or catastrophic?”, *Public Understanding of Science*, 23, 2: 204-219.
Williams R., Edge D. (1996), “The social shaping of technology”, *Research Policy*, 25, 6: 865-899.
Winston F. (2013), “Decisions to make a difference: The role of efficacy in moderate student activism”, *Social Movement Studies*, 12, 4: 414-28.
Xenos M., Ariadne V., Loader B.D. (2014), “The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies”, *Information, Communication & Society*, 17, 2: 151-167.
Zamponi L. (2019), *Social Movements, Memory and Media*, London, Palgrave.
Zamponi L., Baukloh A.C., Bertuzzi N., Chironi D., della Porta D., Portos M. (2022), “(Water) bottles and (street) barricades: the politicisation of lifestyle-centred action in youth climate strike participation”, *Journal of Youth Studies*, 1-22. DOI: 10.1080/13676261.2022.2060730.
Zwaanswijk M., van Dulmen S. (2014), “Advantages of asynchronous online focus groups and face-to-face focus groups as perceived by child, adolescent and adult participants: a survey study”, *BMC research notes*, 7, 1: 1-7.

Il libro affronta il tema dell'attivismo climatico giovanile a partire dall'esperienza deə attivistə di FridaysForFuture, analizzandone le rappresentazioni sociali del cambiamento climatico e le pratiche d'uso dei social media. Esso dà conto dei risultati di una ricerca qualitativa condotta con/su il gruppo romano del movimento, adottando una postura epistemica solidale che invita a una riflessione su pratiche di lotta e di ricerca.

Attingendo alla teoria delle rappresentazioni sociali, le autrici analizzano il modo in cui ə "Fridays" percepiscono il cambiamento climatico: come una crisi socio-ecologica che viene da lontano e ha effetti sul futuro, che riguarda tutto e tuttə; ma anche come un problema generazionale i cui costi ambientali, sociali ed economici saranno pagati soprattutto daə giovani. Inoltre, guidate dalla letteratura sull'attivismo digitale, le autrici esplorano il modo in cui ə attivistə abitano i social media: come ambienti costitutivi dell'attivismo, in cui prassi politiche e mediali si definiscono a vicenda; ma anche come ambienti propri deə giovani, caratterizzati da stili comunicativi differenziati per età.

Le due esperienze legate al cambiamento climatico e agli usi politici dei social media influiscono l'una sull'altra dando vita a un movimento giovanile per il clima inedito, che ci racconta delle trasformazioni in corso nell'attivismo giovanile, ambientale e digitale.

Francesca Belotti è assegnista di ricerca in Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso Sapienza Università di Roma. I suoi interessi d'indagine spaziano dal mediattivismo (digitale e non) agli usi generazionali dei media digitali e agli stereotipi di genere ed età a essi associati. Tra le sue pubblicazioni si segnalano: *Indigenous media activism in Argentina* (Routledge, 2022), "'I do it my way': idioms of practice and digital media ideologies of teenagers and old individuals" (*New Media & Society*, 24:1, 2022, con M. Fernández-Ardèvol et al.) e "*Feminicidio* and #NiUnaMenos. An analysis of Twitter conversations during the first three years of the Argentinian movement" (*Violence Against Women*, 27:8, 2021, con F. Comunello e C. Corradi).

Arianna Bussoletti è dottoranda in Comunicazione, ricerca sociale e marketing presso Sapienza Università di Roma. Studia l'interazione tra pratiche d'uso dei media digitali e processi di costruzione identitaria, con particolare attenzione all'attivismo giovanile e alla comunità LGBTQIA+. Tra i suoi articoli si segnalano: "Youth Activism for Climate on and Beyond Social media: Insights from FridaysForFuture-Rome" (*International Journal of Press/Politics*, 27: 3, 2022, con F. Belotti et al.) e "Pursuing a gender non-conforming 'hellscape': investigating nonbinary users and fan practices on Tumblr" (*Mediascapes Journal*, 18, 2021).